Lufthansa

magazin

1/2012
lufthansa.com

Dispatcher: Klarer Plan auf langer Strecke
Planning flight routes for long hauls

Architekt Daniel Libeskind über Mut, Mauern und Moral
Daniel Libeskind – an interview

Schaut mich an! Helsinki – Designmetropole 2012

Helsinki beckons – as World Design Capital 2012

Unterhaltungsprogramm ab Seite 79 **Entertainment program starting on page 79**

NEU

Eine neue Vision von vollkommener Haut

VISIONNAIRE

[LR 2412 4%]

INTENSIVER KORREKTOR

MILDERT FALTEN. VERFEINERT POREN. VERLEIHT EBENMÄSSIGKEIT.

Intensiver Korrektor
Mildert Falten. Verfeinert Poren. Verleiht Ebenmäßigkeit.

Mehr als eine Anti-Falten Pflege: die neue Gesichtspflege mit dem Wirkstoffmolekül LR 2412 regeneriert schöne Haut von Grund auf. Unsere Forscher haben ein Molekül entwickelt, das selbstständig bis in tiefe Hautschichten eindringen kann. Dabei löst es eine Folge von Mikroprozessen im Gewebe aus*.

Die Ergebnisse: Gemilderte Falten, verfeinerte Poren, ebenmäßigere Haut.

LR 2412: 6 angemeldete Patente
Optimale Hautverträglichkeit – auch auf der empfindlichen Augenpartie.

EINE PFLEGE SO ÜBERZEUGEND, DASS MEHR ALS DIE HÄLFTE DER BEFRAGTEN FRAUEN IHREN GEPLANTEN DERMATOLOGISCHEN EINGRIFF VERSCHIEBEN WÜRDE.**

Entdecken Sie die Ergebnisse von Visionnaire auf **lancome-visionnaire.com**

*In vitro-Test. **Befragung von 34 Frauen (35 – 49 Jahre), die eine Behandlung mit Botox, Hyaluronsäure, Laser oder ein Peeling planten, nach 28 Tagen Anwendung.

LANCÔME
PARIS

LOVERDOSE

THE NEW FRAGRANCE

www.loverdose-diesel.com

DIESEL

Riesling, pinot noir & Co.: www.germany.travel

Discover
the taste of Germany

See the sights of Berlin.
Then sit back and enjoy Germany's fine wines.
→ Take your palate on an adventure!

©Riesling Lounge Berlin

Travel Destination Germany © German National Tourist Board
Supported by:

Federal Ministry of Economics and Technology

on the basis of a decision by the German Bundestag

DEUTSCHES WEININSTITUT
www.germanwines.de

Germany
The travel destination

Titel: Valtteri Hirronen-Eriksson & Company/ WDC Helsinki 2012

Foto: Jürgen Mai

Liebe Gäste, Dear Guests!

Ihnen und Ihren Familien alles Gute im neuen Jahr. Ich hoffe, Sie sind gesund und mit viel Schwung und Optimismus gestartet. Ich möchte die Gelegenheit nutzen, um mich, auch im Namen aller Mitarbeiter von Lufthansa, sehr herzlich für Ihre Treue und Loyalität zu unserem Unternehmen zu bedanken.

Wir blicken auf ein Jahr mit weltweit schwierigen politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen zurück, die wir auch bei Lufthansa zu spüren bekommen haben. Auch 2012 wird uns mit Blick auf das aktuelle Finanz- und Wirtschaftsgeschehen wieder fordern. Bei Lufthansa stellen wir uns derzeit auf eine gemischte Großwetterlage mit einigen Turbulenzen ein. Deshalb sorgen wir vor: Wir sparen und investieren gleichzeitig in unsere Flotte und eine bessere Ausstattung an Bord und Boden, um unseren Qualitätsvorsprung weiter auszubauen. In diesem Zusammenhang ergänzen wir auch unsere Verbindungsmöglichkeiten ins weltweite Netz durch zusätzliche Streckenangebote und neue Destinationen. Im aktuellen Winterflugplan sind das zum Beispiel Rio de Janeiro, Aberdeen und Gatwick, und ab Sommer 2012 werden wir in Berlin – mit der Eröffnung des neuen Hauptstadtflughafens – die Zahl der Flugzeuge und Ziele deutlich erhöhen.

Daneben werden wir weiter in unsere technische und fliegerische Kompetenz investieren. Auch in Sachen Umwelt bleiben wir aktiv und suchen in allen Bereichen und Geschäftsfeldern des Konzerns nach Möglichkeiten der Verbesserung. Wir starten mit vielen guten Vorsätzen ins neue Jahr, um Ihr Vertrauen in uns zu rechtfertigen und das Reisen mit Lufthansa für Sie noch sicherer, attraktiver und umweltfreundlicher zu machen.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen einen guten Flug durch das neue Jahr und, bis zum nächsten Mal an dieser Stelle, eine gute Zeit!

Christoph Franz

Christoph Franz,
Vorsitzender des Vorstandes
Deutsche Lufthansa AG

Chairman of the Executive Board and CEO, Deutsche Lufthansa AG

I would like to take this opportunity to wish you and your family all the best for the coming year, to express my hope that you got the New Year off to a healthy, exciting and optimistic start, and to express my thanks – also on behalf of the entire Lufthansa team – for your loyalty to our airline.

The year which has just drawn to a close was characterized by difficult political and economic conditions around the globe, the effects of which did not stop short of Lufthansa. In the light of the present financial and economic atmosphere, we expect 2012 to be a challenging year, too. At Lufthansa, we are currently preparing, so to speak, for generally unsettled weather with a little turbulence mixed in. As a precaution, we are making economies and at the same time investing in our fleet and optimizing our on-board and ground equipment in a bid to sharpen our qualitative edge. That is also the reason we are adding some new connections and destinations to our global route network. For example, the current winter flight schedule includes flights to Rio de Janeiro, Aberdeen and Gatwick. This coming summer, when the new airport opens in Berlin, we will also be significantly increasing flights from the German capital and expanding our flight schedule.

What's more, we plan to continue investing in our technical and aviation expertise, actively protecting and preserving the environment, and looking for new ways to improve our performance in all sectors and departments. We are taking off into the New Year with a host of good resolutions to justify the confidence you place in us and to make traveling with Lufthansa an even safer, more attractive and more ecologically sound proposition.

But for now, allow me to wish you a good flight through the coming year. Till next time!

20 Designstadt Helsinki **Helsinki 2012**

38 Sky Talk: Daniel Libeskind

t travel

12 Blick von oben
Gemälde in Kenia: Hunderte Flamingos formen ein Bild
Flamingos in Kenya: Like a painting from the air

14 Gepäckkontrolle
Die Schauspielerin Jasmin Tabatabai packt aus
Baggage check Actor Jasmin Tabatabai reveals all

16 Wissen
Aus aller Welt: Gute Gesten und kluge Tipps
Hands across the world: Understanding the signs

18 Accessoires
Haben oder Nichthaben: Smarte Begleiter für unterwegs
To have or not to have: Chic accessories for on the go

20 Helsinki
Die Welt-Designhauptstadt 2012 ist exzellent in Formen: Auf einer Tour durch Ateliers und Boutiquen im Design District lässt sich das Können der Kreativen entdecken
World Design Capital 2012: Join us for a tour of creative studios and boutiques in Helsinki's Design District

30 Almere
Wie sieht die Stadt der Zukunft aus? Im niederländischen Almere finden Besucher ein paar originelle Antworten
Designer downtown Almere, a bedroom suburb near Amsterdam, displays a cross-section of contemporary architecture

32 Polarwelten
Die Eiswüste lebt: Tausende Tiere bevölkern Arktis und Antarktis, das extreme Klima hat über Jahrmillionen eine einzigartige Landschaft geformt. Die Schönheit der weißen Wunderwelten zeigt der Kölner Fotograf Thorsten Milse in prachtvollen Bildern
Polar paradise The frozen wastelands of the Arctic and Antarctic, formed over millions of years by the extreme climate at the Poles, is home to thousands of animals. A series of magnificent photos by Cologne photographer Thorsten Milse portrays them in their habitat

56 Souvenir
Der Musiker Roger Cicero über seine Liebe zum Kaffee und eine unwiderstehliche Reklametafel aus New York
The tale of a vintage advertising sign picked up by musician and coffee lover Roger Cicero in New York

Sky Talk

38 Daniel Libeskind …
… über Architektur als Kunstform und das Dilemma der Mittelmäßigkeit, über Gehirnwäsche durch Lego, den Drang zur Mitbestimmung und Parallelen zu Mozart
Skytalk with Daniel Libeskind on architecture as art, mediocre designs, child brainwashing with Lego blocks, people's desire to be involved, and parallels with Mozart

Fotos: Neumann und Rodtmann (1)

Your Guardian Angel 2012

Ring of the Year 2012 "Angel", a limited and numbered edition for only 212 women around the world.

WAHRE WERTE
Wellendorff
THE FINEST GERMAN JEWELLERY SINCE 1893

BERLIN
KaDeWe, tel. +49 - 30 – 21 01 65 80
Hotel Adlon, tel. +49 - 30 – 20 45 52 88

HONG KONG
ifc, tel. +852 - 2540 1028

SAN FRANCISCO
Shreve, tel. +1 – 415 860 4010

BEIJING: China World Mall, Phase 3 • DÜSSELDORF: Königsallee 60 • VIENNA: Heldwein • ZURICH: Beyer
LONDON: Boodles • TOKYO: Mikimoto • Wellendorff, tel. +49 - 7231 - 28 40 133, www.wellendorff.com

50 Gut geplant: Dispatcher **Flight planning**

60 Flughäfen: Düsseldorf **Airports: Düsseldorf**

a aviation

7 Welcome aboard
Christoph Franz, Vorsitzender des Vorstandes Deutsche Lufthansa AG, über die Ziele im neuen Jahr
Lufthansa Chairman of the Executive Board and CEO Christoph Franz about his goals for 2012

44 Airport Frankfurt
Montage des Kranichs: Das Lufthansa Markenzeichen wird am neuen Flugsteig A-Plus angebracht
Decorating Pier A-Plus The Lufthansa logo is affixed to the wall at Frankfurt Airport

46 News
Service und Infos aus der Welt der Kranich-Linie
Service updates from the world of Lufthansa

48 Cockpit
Vor dem Start: Kapitän Cord Becker erklärt, wie sich Piloten auf einen Langstreckenflug vorbereiten
Ready for takeoff? Captain Cord Becker explains how pilots prepare for a long-haul flight

50 Dispatcher
Sie kennen die Lufträume dieser Welt – und heben nie ab: Lufthansa Dispatcher planen komplexe Flugrouten
Flight dispatchers know everything about flight routes. Not because they fly them but because they plan them

79 Entertainment
Unterhaltung an Bord **Your complete guide to what's on**

s service

19 Impressum
58 Miles & More
60 Flughäfen von oben: Düsseldorf
Airports from above Düsseldorf
62 Star Alliance Partner
Informationen für Fluggäste
Star Alliance Partners – what you need to know on board
64 Unsere Flotte **Our fleet**
65 Zeitzonen **Time zones**
66 Karten: Unser Streckennetz
Maps Our route network
70 Entfernungen **Distances**
71 Flughäfen Frankfurt, München und Zürich
Airports Frankfurt, Munich and Zurich
74 USA Einreisebestimmungen
Entry requirements for the United States
75 FlyNet

Lufthansa Magazin iPad App
Enge Partnerschaft: Wie Deutschlands Airline Nummer eins mit Deutschlands Fußball- und Sportfans zum Höhenflug ansetzt.
Lufthansa Magazin iPad app Germany's No. 1 airline has big plans for sports fans in general and soccer fans in particular.

Fotos: A. Lechner; Düsseldorf International

Buchen Sie einen ruhigen Platz
Mit den leisesten Acoustic Noise Cancelling® Headphones von Bose

Die ideale Geschenk-IDEE!

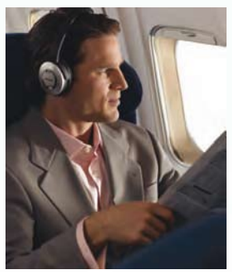
QuietComfort® 15
Acoustic Noise Cancelling®
Headphones

TESTERGEBNISSE	
Stereoplay 2/2011	Preis/Leistung: sehr gut
HiFi Test 1/2010	Testnote: 1,0 Preis/Leistung: sehr gut
STEREO 1/2010	Preis/Leist.: überragend
i-fidelity.net	Gesamtnote: überragend

NEU!
Mit Bedienfunktion für Ihre Apple Produkte.

Bose® QuietComfort® 15 Acoustic Noise Cancelling® Headphones

Wenn Sie das nächste Mal fliegen, mit dem Zug reisen oder der lauten Hektik im Büro entgehen wollen, setzen Sie einfach die QuietComfort® 15 Acoustic Noise Cancelling® Headphones auf. Von einem Moment auf den anderen hören Sie weniger Lärm als je zuvor und viel mehr von Ihrer Musik oder Ihren Filmen. Mit dem Spitzenklang und dem Tragekomfort, den Sie von Bose erwarten, setzen die QC® 15 Headphones ganz neue Standards.



Die Headphones, die Maßstäbe gesetzt haben, sind jetzt sogar noch besser.

Seit Erfindung der Noise Cancelling Headphones vor mehr als 20 Jahren haben unsere Ingenieure stetig weiter geforscht.

Die QuietComfort® 15 Headphones besitzen jetzt Mikrofone innen und außen an jeder Hörmuschel, um noch mehr unerwünschten Lärm zu messen und zu reduzieren. Die neuen Materialien der von uns entwickelten Ohrpolster sorgen für einen noch besseren Lärmschutz und bieten einen besonders hohen Tragekomfort.

Genießen Sie jetzt eine neue Dimension der Stille und des Klangs. Nutzen Sie unseren 30-Tage-Test mit voller Geld-zurück-Garantie.

Gebührenfrei anrufen, gleich bestellen oder GRATIS Katalog anfordern:

(08 00) 2 67 31 11

Kennziffer: **11AQLUM048**

www.bose-news.de

Weitere Bose® Produkte im Lufthansa Inflight Shopping und auch im WorldShop erhältlich.

BOSE®
Better sound through research®

©2011 Bose Corporation. Patentrechte in den USA und anderen Ländern verliehen und/oder beantragt. Das spezielle Design des ovalen Kopfhörerrings ist ein Trademark der Bose Corporation. Apple ist nicht verantwortlich für den Betrieb dieses Geräts oder für die Einhaltung von Sicherheitsrichtlinien und Standards.

travel
Blick von oben
Bogoriasee, Kenia, Afrika

Der renommierte Fotograf Michael Poliza erzählt jeden Monat von einem Bild der Erde, das er aus der Luft aufgenommen hat.
Ein abstraktes Gemälde, mitten in Kenia, gemalt von Hunderten Flamingos: Während der Trockenzeit finden die rosa gefiederten Vögel Zuflucht im Bogoriasee nordwestlich von Nairobi. Um möglichst wenig an Körperwärme zu verlieren, stehen sie oft nur auf einem Bein im Wasser.

Every month, renowned photographer Michael Poliza tells the story of a picture he has taken from the air, somewhere on the planet.
What looks like an abstract painting bang in the middle of Kenya is, in fact, hundreds of pink flamingos. They gather here at Lake Bogoria, northwest of Nairobi, during the dry season. Flamingos apparently stand on one leg when they are in water so as to lose as little body heat as possible.

Verbindungen: *Zusammen mit den Konzerngesellschaften SWISS, Brussels Airlines, Austrian Airlines und bmi steuert Lufthansa zahlreiche Ziele in Afrika an.*
Flights: *Lufthansa flies to many cities on the African continent in cooperation with its affiliates SWISS, Brussels Airlines, Austrian Airlines and bmi.*

lufthansa.com

Was steckt in Ihrer Tasche, Jasmin Tabatabai?

Die 44-jährige Schauspielerin und Sängerin, Tochter eines Iraners und einer Deutschen, spielte in Filmen wie „Bandits“ und „Elementarteilchen“, vor Kurzem hat sie ihr drittes Soloalbum veröffentlicht: „Eine Frau“. Am Flughafen Berlin-Tegel warf das *Lufthansa Magazin* einen Blick in ihr Gepäck
What's in your bag, Jasmin? German-Iranian actor/singer Jasmin Tabatabai, 44, played in the movies *Bandits* and *The Elementary Particles.* She also recently released a third solo album entitled “Eine Frau.” Tabatabai allowed *Lufthansa Magazin* to peek into her bag at Tegel Airport

1 Heinz
Der perfekte Reisebegleiter: meckert nicht, riecht gut, ist kuschelig. Heinz dient mir als Kopfkissen – und als Wärmekissen, nachdem ich ihn in die Mikrowelle gesteckt habe. Ich gestehe, eigentlich gehört er meiner Tochter.
Ideal companion My cuddly friend Heinz never grumbles, smells good, doubles as a pillow – and even as a “heating pad” if I pop him in the microwave. In actual fact, he belongs to my daughter.

2 Tasche
Gekauft habe ich sie mir bei einem Dreh in Peru. Ich kann die Tasche immer irgendwo hinstopfen, selbst wenn die Gepäckfächer schon voll sind. Außerdem sieht sie hübsch aus.
Bag I bought this while on a shoot in Peru. I can always cram it somewhere, even into a full overhead bin – and it's pretty, too.

3 iPad
Ich muss Drehbücher lesen, Filme schauen, Songs anhören und E-Mails lesen. Deshalb ist das iPad für mich unterwegs ein wahrer Segen.
Tablet In my job, I have to read scripts, watch movies, listen to songs and check e-mails constantly, so my tablet comes in very handy.

4 Talisman
Der hilft gegen den „bösen Blick“, den ich auch in meinem Buch „Rosenjahre“ beschreibe. Ich bin abergläubisch, da schadet es nicht, einen Talisman dabeizuhaben.
Amulet I'm superstitious, so I always take this talisman along to ward off the “evil eye” that I describe in my book *Rosenjahre*.

5 Buch
„Leila und Madschnun“ von Nizami ist die klassische persische Liebesgeschichte, im Iran ist sie so bekannt wie hierzulande „Romeo und Julia“.
Love story Nizami's *Layla and Majnun* is a Persian classic, as famous in Iran as *Romeo and Juliet* is here.

6 Halstuch
Wenn es mal zieht oder kalt ist, werde ich fast hysterisch, denn meine Stimme ist mein wichtigstes Instrument. Für Sprecher und Sänger sind Klimaanlagen leider ein Graus.
Scarf My voice is my main asset, so I panic when it's cold or when I feel a draft. Air conditioning is unfortunately the worst.

Foto: Marcus Höhn

LUX*
ISLAND RESORTS

LUXURY IS OVERRATED.
IT'S TIME FOR
SOMETHING FRESH.

LIGHT-HEARTED AND LIGHT-FOOTED,
LUX* ISLAND RESORTS
PRESENTS AN ALTOGETHER
BRIGHTER PERFORMANCE.

JOIN US IN CELEBRATING THE NATURE
AND FLAVOUR OF ISLAND LIFE...

LET THE SHOW BEGIN.

*LIGHTER. BRIGHTER.

For more info, please call (230) 698 222 / 2727, email us at reservations@luxislandresorts.com
or visit our website at luxislandresorts.com

LUX* BELLE MARE, MAURITIUS LUX* GRAND GAUBE, MAURITIUS LUX* LE MORNE, MAURITIUS LUX* ILE DE LA REUNION LUX* MALDIVES

Besser, Sie kennen sich aus

Wie derselbe Fingerzeig in verschiedenen Ländern loben und beleidigen kann, wo Sie den schönsten Park von Hamburg finden – und was es heißt, wenn Musik elektrisiert

Good to know
How the same gesture can express praise in one country and offend in another, where to find Hamburg's best park, and what it feels like to be electrified by music

Völkerverständigung

Daumen hoch

Gesten können in verschiedenen Ländern unterschiedliche Bedeutungen haben. In ihrem Buch „Versteh mich nicht falsch!" (Bierke Verlag, auch als iPhone-App erhältlich) erklären die Journalistinnen Julia Grosse und Judith Reker, was man mit Gesten sagt – ob gewollt oder ungewollt. Wenn der Daumen einer geballten Hand nach oben zeigt, bedeutet das:

- *Eins* (Deutschland, Österreich, Schweiz)
- *Alles klar!* (Großbritannien, Korea, Südafrika)
- *Vulgäre Beleidigung* (Afghanistan, Irak, Iran)

Communicating without words
Using your hands to express yourself can sometimes be risky because a particular gesture can mean different things in different cultures. German journalists Julia Grosse and Judith Reker explain in their guide *Don't get me wrong!* (now also available as an iPhone app) what closing your fist and sticking up your thumb (a typical "thumbs up") can signify:

- *One* (in Germany, Austria, Switzerland)
- *Alright! Cool!* (in Britain, Korea, South Africa)
- *Something vulgar....* (in Afghanistan, Irak, Iran)

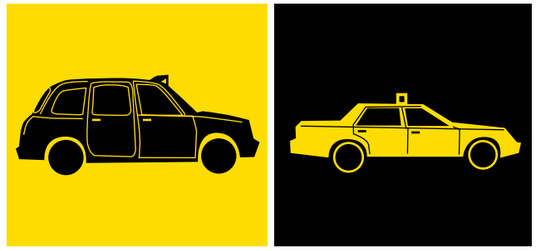
So oder so

Hallo, Taxi!

Die einen heißen „Black Cabs" und kommen aus London, die anderen „Yellow Cabs" und sind in New York unterwegs. In Englands Hauptstadt gibt es mit rund 20 000 Wagen etwa 8000 mehr als im Big Apple.

Different city, different color
Black cabs frequent the streets of London; yellow cabs inform the face of New York. The UK capital boasts around 20 000 cabs, roughly 8000 more than the Big Apple.

London **VS.** **New York**



Der Concierge hilft …

Wo finde ich den schönsten Park Hamburgs?

Amedeo Musto D'Amore, Concierge im Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten in Hamburg: „Mitten in Hamburgs Innenstadt liegt Planten un Blomen. Zum Park gehören ein Botanischer Garten mit Tropenhaus und der größte Japanische Garten Europas: sehr still, sehr eindrucksvoll. Besonders schön sind die festlichen Konzerte im Musikpavillon und die Wasserlichtkonzerte am Abend."

Where will I find the nicest park in Hamburg? Amedeo Musto D'Amore, Concierge at Hamburg's Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten: "That would be Planten un Blomen, right in the middle of the city. It has a botanical garden with a tropical greenhouse and the largest Japanese garden in Europe. A particularly nice feature are the concerts at the music pavilion and the musical fountain on summer evenings.

plantenunblomen.hamburg.de

Töne der Welt

Hochspannung

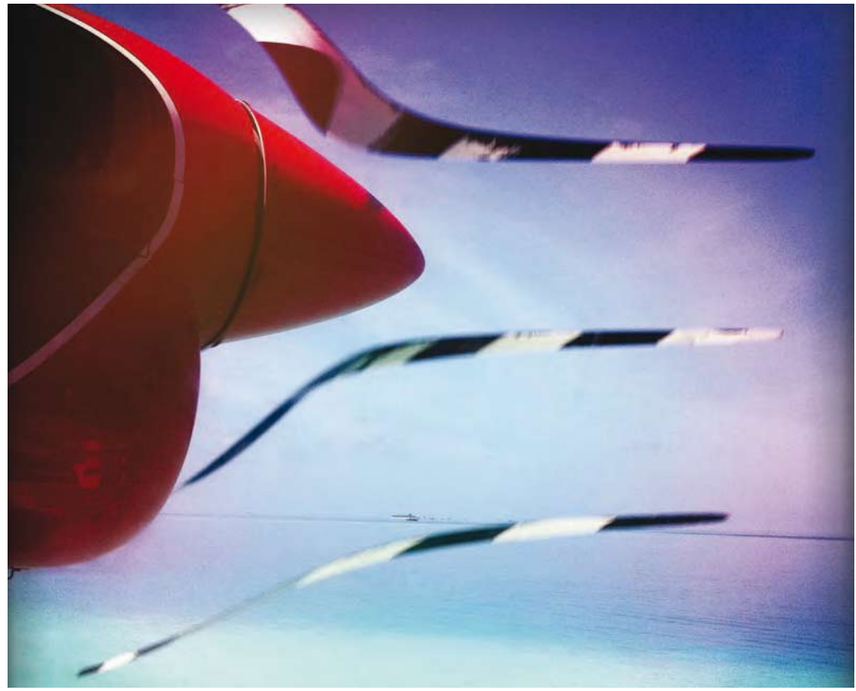
Eine Show, die im wahrsten Sinne elektrisiert, bietet das Tesla Orchestra aus Cleveland, Ohio. Es spielt Bach, Beethoven und andere Klassiker nicht auf Instrumenten, sondern auf sogenannten Resonanztransformatoren. Diese werden von den Musikern mit herkömmlichen Tastaturen zum Schwingen gebracht, wodurch neben Tönen durch Entladung der Spulen auch vier bis fünf Meter lange Lichtblitze entstehen. Aber Vorsicht, Kulturliebhaber: Der Genuss ist akustisch eher etwas eingeschränkt, dafür ist das Konzert optisch umso eindrucksvoller.

Electrifying! The Tesla Orchestra from Cleveland, Ohio, lays down a truly electrical show. It takes its name from the resonant transformers, or Tesla coils, it uses in place of traditional instruments to play the works of Bach, Beethoven and other classical composers. The musicians use conventional keyboards to set the transformers vibrating. This in turn generates sounds and, as the electricity is discharged through the coils, lightning bolts four to five meters long. A word of warning to music fans: Acoustics do not feature very strongly in this show. Audiences come for the stunning visual effects.

teslaorchestra.com

Foto: R. Brandstaetter/ dapd/ AP

ANZEIGE



LUXURY IS OVERRATED. IT'S TIME FOR SOMETHING FRESH

If you're looking for a cookie-cutter luxury holiday, adorned with standard extras, traditional menus, tired entertainment and lacklustre service, then don't read on...

Still with us? Then you'll be pleased to hear that from 1 December 2011, LUX* Island Resorts will be presenting a fresh, new approach to island resort holidays. Their concept is called 'Island Light' and it's a real show-stopper.

Lighter, brighter and pleasingly original, LUX* Island Resorts has done away with the excess baggage to offer a new kind of luxury with a heightened and more sensory touch: an authentic celebration of island living that's as unconventional as it is exhilarating.

The inspiration behind Island Light is that time is the real luxury that few of us can afford to waste. So, rather than attempting to impress guests with unnecessary options, pretentious wine lists and overly complicated cuisine, in their place LUX* has created a simpler, more relaxed holiday experience in which each moment matters.

By doing the ordinary, extraordinarily, LUX* aims to help its guests get more out of the simple pleasures of island life every day. From freshly-roasted organic coffee, retro-styled ice-cream parlours and tailor-made health and spa programmes to impromptu, on-the-beach film screenings and pop-up restaurants, every event has been conceived to surprise and delight.

Set on the beautiful tropical islands of Mauritius, La Réunion and the Maldives, LUX* thinks of each of its resorts as a theatre where a talented and dedicated cast of 3,000 team members perform enthusiastically morning, noon and night.

Each of the LUX* Island Resorts enjoys a breathtaking setting and while they all enjoy the warm tropical waters of their Indian Ocean locations, along with picture-perfect views and long stretches of soft sandy beach, each destination also has its own individual character and fascinating history and culture.

It's these unique flavours, sights, stories and cultures that LUX* has woven into a number of carefully choreographed experiences that celebrate island life at its lightest and brightest.

Let the show begin!

LUX*
ISLAND RESORTS

For more info, please call (230) 698 2222 / 2727,
email reservations@luxislandresorts.com
or visit our website at luxislandresorts.com.

Klassiker reloaded

Altbekannte Accessoires in neuer, veredelter Form – wer kann da noch widerstehen?

Old favorites, new look
Who could possibly resist the updated chic of these classic accessories?

[1]

[2]

[3]

[4]

[5]

[6]

Gedanklich fiebern wir schon den wärmeren Tagen entgegen. Bevor die neue Open-Air-Saison beginnt, verwöhnen Sie sich doch mit ein paar zeitlosen Must Haves.

[1] **Wertvolle Nägel** „Cocktail bling" nennt sich die neue Nagellack-Kollektion von essie. Von Schmucksteinen wie Saphiren oder Smaragden inspiriert, sind die Farbtöne ein dezenter Hingucker, nicht nur im kalten Winter. *douglas.de*
[2] **Feinster Strick** Extrabreite Schals mit Fischgrätenmuster aus kuschelweicher Merinowolle – die kann man jederzeit wärmstens empfehlen. *fortschritt-berlin.de*
[3] **Kunst am Körper** Diese weiße Tasche wird von Künstlern individuell und in limitierter Auflage gestaltet. Sehr cool! *auf-blank.com*
[4] **Stilvoll schreiben** Eine schöne Handschrift ist nicht zuletzt eine Frage des richtigen Füllfederhalters. Mit „5th Technologie", dem neuen Schreibsystem von Parker, geht Ihnen (fast) jeder Text federleicht von der Hand. *parkerpen.com*
[5] **Mobile Massage** Wer viel unterwegs ist, könnte dieses Augen- und Schläfenmassagegerät sehr zu schätzen lernen. Mithilfe von Luftdruck werden Kopfschmerzen gelindert und müde Augen erfrischt. Entspannt reisen – geht doch. *worldshop.eu*
[6] **Hybrid-Hose** Nein, das ist nicht Ihr neues Jogging-Outfit, eher schon Ihre künftige Lieblingshose mit hoch geschnittener Taille und aus weicher Baumwolle. Stylish und dabei bequem – welch erfreuliche Kombination. *g-sus.com*

The festive season over, most of us start longing for the warm months ahead. Before they arrive, though, there's till lots of time to treat yourself to some timeless must-haves

[1] **Pretty precious** Sapphires, emeralds and other gemstones were the inspiration for cocktail bling, the latest range of nail polish by essie. Its subtle shades are positive eyecatchers – and not just on cold winter days. *douglas.com*
[2] **Nice knits** Extra-wide herringbone scarves in soft, cuddly merino wool – warmly recommended in any season. *fortschritt-berlin.de*
[3] **Trendy tote!** This white bag is effectively a blank canvas to artists. It comes as a limited edition and features individual designs. Very cool! *auf-blank-com*
[4] **Write on** Beautiful handwriting depends in part on the right pen. With "5th Technology," the new writing system from Parker, (almost) every text will simply flow from your fingertips. *parkerpen.com*
[5] **Knead it!** If you travel a lot, this massage device for your eyes and temples could come in very handy. It uses air pressure to soothe headaches and refresh tired eyes. You see, travel doesn't have to be exhausting. *worldshop.eu*
[6] **Two in one** These trousers are not necessarily just for jogging; they could also become your absolute favorite pants in next to no time thanks to their comfortable, high waistline and soft cotton fabric. Stylish, yet luxuriously comfortable – what a delightful combination. *g-sus.com*

Die reine Gestalt

Diese drei neuen Hotels in China, Frankreich und der Türkei verbinden Luxus mit hervorragendem Design
Simply divine
Three new hotels in China, France and Turkey combine pure luxury with outstanding design

Schöner schlafen in Istanbul

Früher feierte Ian Schrager in seinem New Yorker Nachtclub Studio 54 mit Liza Minnelli und Andy Warhol, Mick Jagger und Truman Capote ausschweifende Partys, heute eröffnet der umtriebige Unternehmer ein Hotel nach dem anderen. Sein neuester Streich ist das Istanbul Edition im Zentrum der türkischen Metropole. Das Interieur des Fünf-Sterne-Hotels stammt von Gabellini Sheppard Associates; jedes der 78 Zimmer ist in Rosenholz oder geseifter Eiche eingerichtet. Bronze-, Silber- und Goldtöne verleihen den Räumen warme Atmosphäre. Wer gut essen und feiern will, findet dazu im Restaurant Cipriani, der Gold Bar und dem Billionaire Night Club reichlich Gelegenheit. Im dreistöckigen Spa mit Pool (Foto), Sauna, Dampfbad, Schneekabine und Hammam können sich die Gäste von den Strapazen der Nacht erholen.
Elegant nights in Istanbul Ian Schrager used to host wild parties attended by celebrities like Liza Minnelli, Andy Warhol, Mick Jagger and Truman Capote at Studio 54, his New York night club. These days, the astute entrepreneur likes to open new hotels. His latest coup is the five-star The Istanbul Edition in the Turkish metropolis. Its 78 rooms have been done out by Gabellini Sheppard Associates in rosewood or soaped oak and set off with warm shades of bronze, silver and gold. Guests can enjoy good food and great parties at the hotel's Cipriani restaurant, Gold Bar and Billionaire Night Club. The three-level spa features a pool (photo), sauna, steam bath, snow cabin and hammam.

editionhotels.com

China entdecken

Guangzhou: 13 Millionen Einwohner im Großraum, Chinas größte Im- und Exportmesse – und mit dem Hilton Guangzhou Tianhe ein Spitzenhotel.
New in Guangzhou: The city that hosts China's largest import/export fair now also boasts the superb Hilton Guangzhou Tianhe hotel.

hilton.com

Paris für Genießer

Spa und Bar, exzellente Restaurants und Suiten mit einer großartigen Terrasse: Vieles im Mandarin Oriental Paris spricht dafür, das Hotel gar nicht mehr zu verlassen.
Oh là là: The spa and bar, fine restaurants and suites with a fantastic terrace are all good reasons to stay at the Mandarin Oriental, Paris.

mandarinoriental.com

Herausgeber/Publisher
Deutsche Lufthansa AG, Von-Gablenz-Str. 2–6, D-50679 Köln; Objektverantwortung/Responsible for publication: Benita Struve; Koordination/Coordination: Jens Polkowski; das Lufthansa Magazin erscheint monatlich bei der G+J Corporate Editors GmbH, Stubbenhuk 10, 20459 Hamburg. Geschäftsführung/Managing Directors: Soheil Dastyari, Peter Haenchen, Julia Jäkel; Publishing Manager: Melanie Jonas; Tel. 040/3703-5013, Fax: 040/3703-5010, www.corporate-editors.com

Redaktion/Editorial staff
Lufthansa Magazin, Stubbenhuk 10, D-20459 Hamburg, Tel. 040/3703-5011, Fax: 040/3703-5099, LHmagazin@guj.de
Chefredakteur/Editor-in-chief: Christian Krug (verantwortlich); Redaktionsleitung und Textchef/Managing Editor & Copy Editor: Helge Hopp; Chef vom Dienst/Duty Editor: Sandra Schülke; Art Direction: Jürgen Kaffer, Maja Nieveler (stellv.); Grafik/Layout: Astrid Thienhaus, Thomas Escher; Textredaktion/Editors: Tim Cappelmann, Jürgen Drommert, Gunnar Herbst, Nele Justus, Michael Schophaus; Bildredaktion/Photo Editors: Michael Nielsen (Ltg.), Zita Rothmund-Zinn; Berater/Consultant Aviation: Cord Becker; Übersetzung/Translation: Rachel Kretz, Lynda Matschke; Dokumentation/Fact Checker: Christian Schwan; Maria Ragazzo; Computer Technician: Klaus Stock

Entertainment Guide
Deutsche Lufthansa AG; FRA LI/CE, Product Competence Center Inflight Entertainment, D-60546 Frankfurt; lufthansa.movie@dlh.de

Miles & More
Miles & More International GmbH, D – 63263 Neu–Isenburg, Carsten Schaeffer (verantwortlich)
Susanne Darbritz (Koordination); Service-Tel. 018 05/5959

Herstellung/Production: Helge Voss (Ltg.), Sören Hohmann
Karten/Maps: © 2009 wissenmedia in der inmediaONE] GmbH
Litho/Typesetting: p.r.o. medien Produktion, Hamburg
Druck/Printing: MOHN Media, Mohndruck GmbH, Gütersloh, München, Stuttgart

Papier: LEIPA Ultra Mag plus. Hergestellt aus 100 % Altpapier mit mind. 80 % *post consumer fiber.* Zertifiziert mit dem „Blauen Engel"; zu 100 % FSC Recycled Paper.

Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit ausdrücklicher Genehmigung der Lufthansa. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Bilder übernimmt die Redaktion keine Haftung. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die Meinung der Autoren wider. Diese muss nicht mit der Auffassung der Redaktion übereinstimmen.
No part of this magazine may be reprinted without the express permission of Lufthansa. The editor assumes no responsibility for the return of unsolicited manuscripts or pictures. The opinions expressed in this magazine are those of the authors and not necessarily those of the editor.

Abonnenten-Service/Subscriptions
G+J Corporate Editors GmbH, Vertrieb, Lufthansa Magazin, Feldstr. 23, 23858 Reinfeld, Tel. 04533/207712, Fax: 04533/207721. Preis für ein Jahresabonnement: 54 Euro inkl. Porto- und Abwicklungsgebühren (Auslandspreise auf Anfrage). Termin- und Preisänderungen vorbehalten. // Dates and prices subject to change. Printed in Germany.

Anzeigenverkauf/Advertising Sales
G+J Media Sales, Anzeigenabteilung Lufthansa Magazin, Brieffach 11, 20444 Hamburg; lufthansa@guj.de; Preisliste Nr. 18, gültig ab 1. Januar 2011; Gesamtanzeigenleiter: Heiko Hager, Tel. 040/3703-5300; Anzeigenleiter: Jan-Eric Korte, Tel. 040/3703-5310; Anzeigendisposition: Alexandra Kolatzek (Ausland), Tel. 040/3703-5308, Anna-Ulrike Soldat (Inland), Tel. 040/3703-5304; Anzeigenverkauf: Elke Miersen, Tel. 040/3703-5307; Hannelore Ernst, Tel. 040/3703-5501

G+J-Repräsentanten/Representatives
Asien, außer Japan (Hongkong): Godfrey Wu, Tel. 852/25911077; Korea (Seoul): Jeong Gwon Seo, Tel. 2/37021742; Belgien, Luxemburg, Niederlande (Gent): Kathy Rosseel, Tel. 9/235 02 10; Canada (Mississauga): Richard Brown, Tel. 905/625-9631; Frankreich (Paris): Maud Gobron, Tel. 1/73056532; Großbritannien, Irland (London): Rob Walker, Tel. 20/74374377; Italien (Mailand): Stefanie Meierfrankenfeld, Tel. 2/20526720; Japan (Tokio): Hiroshi Iwai, Tel. 3/32227812; Österreich und Südtirol (Wien): Erwin W. Luthwig, Tel. 1/51256470;Portugal (Lissabon): Paulo Andrade, Tel. 213/853545;Spanien (Madrid): Gema Arcas, Tel. 91/5863631;Dänemark und Skandinavien:Mark Hjortkilde, Tel. 45/4691 00; Schweiz (Zürich): Hans H. Otto, Tel. 44/2697070; Türkei (Istanbul): Dr. RehaBilge, Tel. 90-212/2755152; USA Ostküste: Dustin K.Guzowski, Tel. 212/2683344; USA Westküste: RalphLockwood, Tel. 409/8796666; Indien (Mumbai): Marzban Patel, Tel. 22/22048890

MIX
Papier aus verantwortungsvollen Quellen
FSC® C019748
FSC
www.fsc.org

Famos in Form

Das wurde aber auch Zeit: Helsinki, die Pilgerstätte für Fans guter Gestaltung, ist in diesem Jahr auch ganz offiziell Welt-Designhauptstadt. Vor allem im Design District der finnischen Metropole ballt sich das kreative Potenzial – hier reiht sich ein Laden an den nächsten, in vielen Ateliers und Boutiquen kann man sich von den Gestaltern beraten lassen

Creative capital It's about time: Long a mecca for lovers of fine design, Helsinki has now been officially designated World Design Capital 2012. The Finnish metropolis abounds with talent – especially in the Design District, where designers are often on hand in their studios or boutiques to give customers advice

Text Sascha Borrée **Fotos** Aki-Pekka Sinikoski

Foto: I. Vuorinen

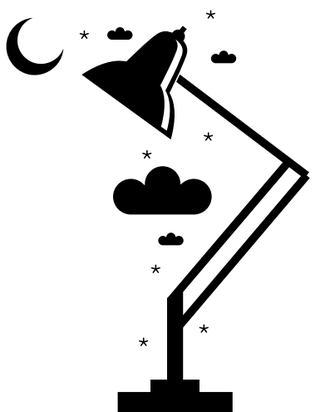
Anfang des 19. Jahrhunderts entwarf der deutsch-finnische Architekt Carl Ludwig Engel den Dom von Helsinki (links), einige Hundert Meter weiter westlich liegt der Design District. Rund 200 Läden, Museen und Ateliers gehören zum Kreativbezirk in der Innenstadt, zu erkennen am schwarzen Aufkleber (rechts)

German-Finnish architect Carl Ludwig Engel built the Helsinki Cathedral (left) in the early 19th century. Just a few hundred meters to the west, 21st century visitors to Helsinki will find the Design District, where some 200 museums and studios bear the telltale black label (right)

Alles außergewöhnlich: Auch Promis wie Lady Gaga oder Dita von Teese schwärmen für die extravaganten Schuhe von Minna Parikka
Collection extraordinaire: Celebrities like Lady Gaga and Dita von Teese rave about Minna Pirakka's extravagant shoes

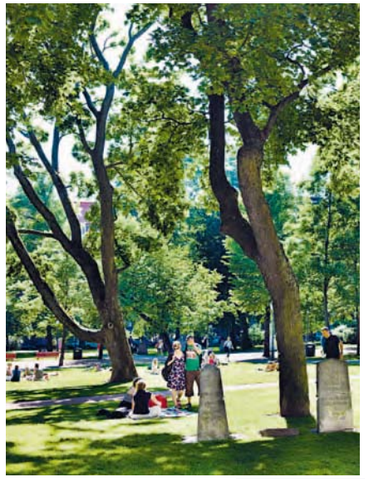
Viele Schuhe von Minna Parikka sehen aus wie Kunstwerke, manche werden von stilisierten Lippen verziert, andere von Flügeln

Minna Parikka's shoes often look more like art than like footwear. Some of them feature stylized appliqué lips, others sport wings



Vorsichtig streckt das blonde Mädchen seine Hand aus und greift nach einem der knallroten Schuhe mit den aberwitzig hohen Absätzen. Erst im letzten Moment hält es inne, dreht sich um. „Darf ich die mal anfassen?", fragt es scheu. „Du darfst sie auch anprobieren und kaufen", antwortet Minna Parikka, die Frau hinter dem Tresen, „wir sind doch kein Museum!" Ganz im Gegenteil, die 31-Jährige betreibt in Helsinkis Design District das lebendigste und wohl ungewöhnlichste Schuhgeschäft Finnlands, viele ihrer Modelle sehen aus wie Kunstwerke, manche werden von stilisierten Lippen verziert, andere von Flügeln. „Surreal sind sie, sinnlich und verführerisch", sagt Parikka über ihre Kreationen, die auch Promis wie Lady Gaga oder Dita von Teese tragen. Selbst aus Japan reisen Kundinnen an, um ein eigenes Paar zu kaufen – und mit etwas Glück die Gestalterin kennenzulernen. Die persönliche Beratung durch Designer gehört im Kreativbezirk der finnischen ▶

Im Sommer treffen sich viele Einheimische im Park Vanha kirkkopuisto, um zu picknicken (unten). Ein echter finnischer Designklassiker: das Kartio-Glas von Kaj Franck (ganz unten)
In the summer, locals enjoy a picnic in Vanha kirkkopuisto Park (below). Kaj Franck's Kartio glass: a Finnish design classic (below)



A blond girl tentatively stretches out a hand toward the bright-red shoes with the crazy high heels. Then she stops in mid-movement and turns to the woman behind the counter, asking timidly "May I touch them?" – "You can try them on and buy them, too" replies Minna Parikka, "this isn't a museum!" Perhaps not, but it is arguably Finland's most unusual shoe shop, smack in the middle of Helsinki's Design District. Such hesitancy on the part of customers is understandable given that many of the shoes here look more like art than like footwear. Some have decorative stylized appliqué lips, others sport wings. "They're surreal, sensual and seductive," says the 31-year-old designer, whose customers include Lady Gaga and Dita von Teese. Others even fly in from Japan to buy a pair – and with a little luck to meet the designer, too. Personal consultations with the designers are daily routine in the Design District. Over the past few years, more and more designers have been opening workshops and boutiques in the Finnish capital, and often they sell their products right out of their creative studios.

It all began in the 1990s, when a handful of creative types discovered the area west of downtown Helsinki for themselves. What attracted them to the area back then were affordable rents and a rough kind of charm. The Design District was officially established in 2005. In those days, Helsinki was already a mecca for fans of good design. They would wander the city ▶▶

Fotos: PR (1)

Einst hatte Harri Koskinen erwogen, Landwirt zu werden, heute ist er einer der gefragtesten finnischen Designer der Gegenwart; von Geschirr bis hin zu Lampen reicht sein vielfältiges Werk
Harri Koskinen almost went into agriculture. Today, he is one of Finland's most in-demand contemporary designers of everything from tableware to lamps

Gegenpol zur finnischen Sachlichkeit: Seit 61 Jahren arbeitet die Kultmarke Marimekko mit Streifen, Blumen und bunten Farben (rechts). Die Stoffbahnen in der Innenstadt gestaltete Kaarina Kaikkonen (ganz rechts)
Loud, bright, colorful: Marimekko's stripes and flowers have been around for 61 years (right). The fabric streamers (far right) are the work of Kaarina Kaikkonen

[d] Hauptstadt zum Alltag. Seit ein paar Jahren beziehen hier immer mehr Gestalter ihre Ateliers und Boutiquen, oft sind Arbeits- und Verkaufsräume direkt miteinander verbunden.

Angefangen hatte alles in den neunziger Jahren, als eine Handvoll Kreativer das Viertel westlich der Innenstadt für sich entdeckte. Die Gegend lockte mit günstigen Mieten und einem rauen Charme. 2005 gründete sich dann ganz offiziell der Design District. Für Fans guter Gestaltung war Helsinki damals schon eine echte Pilgerstätte. In den Straßen bewunderten sie die Bauten der Architekturlegende Alvar Aalto, in den Geschäften finnischer Nobelmarken kauften sie Klassiker modernen Designs. Doch von den kreativen Köpfen selbst, von Architekten und Designern, war lange Zeit kaum etwas zu sehen gewesen.

Dass sich Helsinki in diesem Jahr ganz offiziell Welt-Designhauptstadt nennen darf, verdankt die Metropole auch dem Kreativbezirk. Durch ihn ist die Szene viel bunter und attraktiver geworden. Vor allem am Schnittpunkt von Erottajan-, Uudemaan- und Yrjön-Straße reiht sich nicht nur ein Designerladen an den nächsten, der kreative Funken ist längst auf andere Branchen übergesprungen: Das Design des Hotels Klaus K spielt mit zahlreichen Details auf Finnlands Nationalepos, die „Kalevala", an. Im Restaurant Grotesk sieht es aus wie in einem Showroom für extravagantes Mobiliar, das Café Bar No. 9 schmückt seine Wände mit den Werken junger Künstler.

Nur ein paar Schritte vom No. 9 entfernt steht Bruno Stampone, 37, an der Kasse seiner Schmuckboutique Lorukoru, die er mit seiner finnischen Frau Charlotta Eskola betreibt. „Der Laden macht uns unabhängig, hier können wir unsere eigenen Visionen verwirklichen", sagt der italienische Goldschmied, „und überall gibt es Leute, die mit der gleichen Leidenschaft gestalten." So wie Hanna Sarén: Neben Kleidung entwirft die 46-Jährige auch Accessoires und Schuhe, eines ihrer Paare wurde von Sarah Jessica Parker in „Sex and the City" getragen. Bei der Modeschöpferin sind Atelier und Showroom miteinander verschmolzen, neben einem riesigen Arbeitstisch hat sie Kleiderständer mit ihrer aktuellen Kollektion aufgestellt: „Die Kunden lieben diesen Blick hinter die Kulissen", sagt Sarén.

Man kann im Design District also einfach von einem Schaufenster zum nächsten bummeln. Oder sich vorher gezielt beim Design Forum Finland informieren. Dessen Shop ver- ▶

Designstadt Helsinki

Genau genommen ist der Design District (*designdistrict.fi*) mehr ein Netzwerk als ein Stadtteil: Die Design District Helsinki Association entscheidet, wer aufgenommen wird – und sich dann das werbewirksame schwarze Emblem ins Schaufenster kleben darf. Mittlerweile gehören rund 200 Mitglieder in der gesamten Innenstadt zum Kreativbezirk. Eine kostenlose Karte samt einer Liste aller Mitglieder erhält man in Helsinki zum Beispiel beim Design Forum Finland. Nach Turin (2008) und Seoul (2010) ist Helsinki erst die dritte „Welt-Designhauptstadt". Als „ein großartiger Ort zum Arbeiten, Leben und Entdecken" wurde die nordische Metropole von der internationalen Organisation für Industriedesign Icsid ausgezeichnet, sie habe sich zu einer beispielhaft „offenen Stadt" entwickelt. In diesem Jahr feiert Helsinki die Auszeichnung mit zahlreichen Veranstaltungen.

Strictly speaking, the Design District (*designdistrict.fi*) is more of a network than a district: The Design District Helsinki Association decides who is admitted to the community – and gets to stick the telltale black label in their window. The Design District has 200 members throughout downtown Helsinki. A free map with a list of all members is obtainable at the Design Forum Finland in Helsinki. After Turin (2008) and Seoul (2010), Helsinki is the third World Design Capital. The Nordic metropolis has been designated "a fantastic place to work, live and explore," by the International Council of Societies of Industrial Design, which describes the city as having developed into a model "open city." In 2012, Helsinki will be holding numerous events to celebrate this honor. Details:

worlddesigncapital.com
wdc2012helsinki.fi

Foto: PR (1)

Der Laden des Design Forums verkauft Objekte von Gestaltern aus dem Viertel und von Pionieren des finnischen Designs (oben). Zu denen gehört auch Eero Aarnio, der den „Ring Chair" und das „Pony" entworfen hat (unten)
The Design Forum shop sells items by local designers and pioneers of Finnish design (above). These include the "Ring Chair" and "Pony" by Eero Aarnio (below)

[e] streets, admiring legendary architect Alvar Aalto's buildings and purchasing modern design classics at stores run by Finland's most prestigious brands. For a long time, however, the architects and designers remained largely out of sight.

That Helsinki has been official designated "World Design Capital" this year is due in part to the growth of the Design District. Since it was instituted, the creative scene has become more varied, more colorful and naturally more appealing. It's not just that design stores now stand jeek by jowl here, but also, especially where Erottajan, Uudemaan and Yrjön Streets converge, that the creative spark has spread to other sectors. For example, many details of the Klaus K hotel's design make reference to Finland's national epic poem, "Kalevala." Arriving for dinner at the Grotesk is more like stepping into a showroom for extravagant furniture than a restaurant, and the hypercool Café Bar No. 9 devotes its walls to the works of upcoming artists. Just a few steps down from the No. 9, Italian goldsmith Bruno ▶▶

Die Stühle von Eero Aarnio wurden zu globalen Verkaufsschlagern, begehrten Requisiten für futuristische Filme, Kultobjekten des Popzeitalters

Aarnio's chairs have sold all over the world. Icons of the pop era, they are also coveted props for futuristic films

[d] kauft 2000 verschiedene Stücke: Arbeiten von Gestaltern aus dem Viertel, aber auch von Pionieren des finnischen Designs – etwa die geschwungene Aalto-Vase, ein Muss für fast jeden Haushalt in Finnland, oder die elegant-einfachen Kartio-Gläser von Kaj Franck. „Die hatten wir zu Hause, als ich noch ein kleines Mädchen war“, erinnert sich eine 50-jährige Kundin, „aber wir haben die normal benutzt. Wir wussten gar nicht, wer sie entworfen hatte.“ Es ist diese Selbstverständlichkeit, die vor allem finnisches Industrie- und Möbeldesign berühmt gemacht hat. Viele Objekte sind von unauffälliger Schönheit, sie verzichten auf coole Gesten, erfüllen einfach ihren Zweck. Dass es sich um zeitlose Meisterwerke handelt, merkt man oft erst auf den zweiten Blick: So wurde die Aalto-Vase bereits 1936 entworfen, das Kartio-Glas gibt es seit 1958, doch beide Stücke wirken frisch und modern.

Viel auffälliger sind die Werke einer lebenden finnischen Legende. Eero Aarnio ist inzwischen 79 Jahre alt, ein ▶

Die Modeschöpferin Hanna Sarén nutzt ihr Atelier auch als Showroom, ihre Sommerkollektion setzt auf Weiß, Beige, Braun – und viel Bein
Fashion designer Hanna Sarén uses her studio as a showroom. Her summer collection focuses on white, beige and brown – and showing lots of leg

Fotos: PR (2)

Schlendern mit Schlemmer-Pause: Ein Wagen verkauft Kaffee und Crêpes in der Innenstadt (unten). Dort betreibt das Label Marimekko einen Laden in der Pohjoisesplanadi 33 (ganz unten)
Shoppers stop for a snack at a van selling coffee and crepes in downtown Helsinki (below). The Marimekko label has a shop here, at Pohjoisesplanadi 33 (bottom)

[e] Stampone, 37, is behind the counter at Lorukoru, the jewelry shop he runs with his Finnish wife, Charlotta Eskola. “The shop gives us independence; we can turn our own visions into reality here,” he explains, “and all around us, we have people working with the same creative passion.” One such is Hanna Sarén. In addition to clothes, the 46-year-old also designs accessories and shoes. In fact, Sarah Jessica Parker wore a pair of her shoes in “Sex and the City.” Sarén’s studio and showroom are one and the same space, dominated by a gigantic desk alongside racks of clothing from her latest collection. “Customers love to get a glimpse behind the scenes,” says Sarén.

There are two ways to explore the Design District – you can stroll from one shop window to the next and see where you end up, or drop by the Design Forum to find out what’s where. The Design Forum’s own shop sells 2000 different articles, made by designers from the district as well as Finnish design pioneers – such as the undulating Aalto vase, which you will find in almost every Finnish home these days, and the simple yet elegant Kartio glasses by Kaj Franck. “We had those when I was a little girl,” one 50-something customer recalls, “but they were just everyday glasses to us, we didn’t know they were a Franck design.” It is this natural attitude to fine design that has made Finnish industrial and furniture design, in particular, so famous. Many objects are beautiful without being showy; they don’t seek to be cool, they simply serve their purpose. Their timelessness is often only recognizable at second glance. The Aalto vase, for instance, was designed in 1936 and the Kartio glass has been ▶▶

Lufthansa Tipp

Lufthansa fliegt mehrmals täglich von Frankfurt und München nonstop nach Helsinki (HEL). Wie viele Meilen Ihnen für Hin- und Rückflug gutgeschrieben werden, können Sie online unter *meilenrechner.de* ermitteln.
Lufthansa flies several times daily nonstop from Frankfurt and Munich to Helsinki (HEL). Visit *meilenrechner.de* to calculate how many miles you can earn on a round-trip flight.

lufthansa.com

Tipps | Schlafen, Schauen, Shoppen **Tips | Addresses you'll like**

Klaus K
Bulevardi 2–4, Tel. +358-207 70 47 00, klauskhotel.com
Finnlands erstes Designhotel liegt mitten im Kreativbezirk, seine Macher haben sich vom finnischen Nationalepos „Kalevala" inspirieren lassen. Zum Haus gehören zwei Restaurants und der Nachtklub Ahjo.
Finland's first design hotel is situated at the heart of the Design District. Its architects drew on the "Kalevala" for their inspiration. The Klaus K has two restaurants and a nightclub.

Designmuseo
Korkeavuorenkatu 23, Tel. +358-9/ 622 05 40, designmuseum.fi
Das 1873 gegründete Museum gibt eine exzellente Einführung in die finnische Designgeschichte. Zur Sammlung gehören rund 75 000 Objekte, neben einer Dauerausstellung sind wechselnde Schauen zu sehen.
Established in 1873, this museum has 75 000 objects in its permanent collection and also hosts changing exhibitions. It's the ideal place to learn about Finnish design.

Design Forum Finland
Erottajankatu 7, Tel. +358-9/ 622 20 81 32, designforum.fi
Das Team organisiert Ausstellungen, veröffentlicht Jahrbücher, schreibt Wettbewerbe aus und betreibt einen Shop mit Produkten von etwa 200 Designern. Im Café kann man die neuesten Designmagazine lesen.
The Forum organizes shows, publishes annuals, holds competitions and runs a shop stocking objects by some 200 designers. Visitors can also read design journals in the cafe.

Minna Parikka
Bulevardi 24, Tel. +358-9/66 75 54, minnaparikka.com
Selbst wenn es nicht immer so aussieht: Parikkas Schuhe sind sehr tragbar – sagt jedenfalls die Designerin. Kundinnen, die auf Nummer sicher gehen wollen, entscheiden sich lieber für Ballerinas.
They may not look wearable, but this designer's shoes always are – she claims. if you prefer to play it safe, go for a pair of Parikka's guaranteed comfy ballerinas.

Lorukoru
Uudenmaankatu 7, Tel. +358-9/852 19 95, lorukoru.com
Das Label Lorukoru steht für edlen, doch bezahlbaren Silberschmuck. Von Charlotta Eskola stammen die nordisch-klaren Stücke, ihr Ehemann Bruno Stampone mag es eher italienisch-verspielt.
Lorukoru silver jewelry combines the Nordic clarity of Finnish designer Charlotta Eskola with the more Italian approach taken by her husband, Bruno Stampone.

Hanna Sarén
Korkeavuorenkatu 2b, Tel. +358-405 55 15 95, hannasaren.net
Saréns Schnitte sind von schlichter Eleganz, die Details erkennt man oft erst beim genaueren Hinsehen. Besonders stolz ist die Modeschöpferin auf ihre Holzschuhe, die sie bis nach Japan und in die USA verkauft.
Her simple, elegant styles often feature details that are only apparent on closer inspection. Sarén is especially proud of her wooden shoes, which are popular around the world.

Design Eero Aarnio Showroom
Erottajankatu 19, Tel. +358-440 22 76 46, eero-aarnio.com
Wer im legendären „Ball Chair" probesitzen will, hat hier die Gelegenheit dazu. Auch weitere berühmte Sitzmöbel des Designers wie der „Bubble Chair" und das „Pony" können ausgiebig getestet werden.
This showroom is the place to test-sit the legendary "Ball Chair," along with other famous Aarnio furniture, including the "Bubble Chair" and the "Pony."

Marimekko
Pohjoisesplanadi 33, Tel. +358-9/ 686 02 40, marimekko.com
Seit 61 Jahren kunterbunt: Viele der Marimekko-Muster sind schon zwei oder drei Generationen alt; die Kultmarke, die Bekleidung und Haushaltswaren herstellt, gilt fast schon als finnisches Nationalsymbol.
Many of these popular patterns are already two or three generations old; the iconic Marimekko brand of clothing and household items is almost a national symbol in Finland today.

[d] knorriger und kräftiger Mann. Seinen Showroom betreibt er im Herzen des Design District, in der Nähe des Design Forums und des Klaus K-Hotels. Eine Wand des Ladens hat er mit den Titeln internationaler Magazine tapezieren lassen, sie zeigen seine berühmten Sitzmöbel, meist räkelt sich ein leicht bekleidetes Mädchen darin. Vor allem durch seinen „Ball Chair" ist er bekannt geworden. Dessen kugelrunde Form galt in den Sechzigern als revolutionär, „die Leute in der Fabrik hätten sich fast geweigert, ihn zu produzieren", erinnert sich Aarnio. Doch der Kugelsessel wurde zum Verkaufsschlager, zur begehrten Requisite für futuristische Filme, zum Kultobjekt des Pop-Zeitalters.

Ein Finne, der mit seinem Stuhl die Welt erobert: Wer hier aufwächst, kennt viele solcher Erfolgsgeschichten – und fühlt sich womöglich selbst berufen. So ballt sich in Helsinki ein erstaunliches kreatives Potenzial, die Stadt hat zudem eine der weltweit renommiertesten Universitäten für Kunst und Design. „Ich konnte zwischen Landwirtschaft und Design wählen", erzählt Harri Koskinen. Er entschied sich für Letzteres und wurde zu einem der gefragtesten finnischen Gestalter der Gegenwart. Von Grillbesteck über Geschirrserien und Lampen bis zu vollständigen Wohnzimmereinrichtungen hat das Multitalent fast alles entworfen. Heute steht der 41-Jährige für die Aktualität der finnischen Sachlichkeit: „Ich will die Dinge besser machen,

[e] around since 1958, but both are as modern today as they were when they first came out. Far more attention-grabbing, on the other hand, are the works of a living Finnish legend, Eero Aarnio, today a rugged and robust 79-year-old designer. He has his showroom at the heart of the Design District, near the Design Forum and the Klaus K hotel. One wall of the store is papered with the cover pages of international magazines showing his famous chairs, mostly occupied by scantily dressed girls. His main claim to fame is the "Ball Chair," the shape of which was nothing short of revolutionary in the 1960s. "The people at the factory nearly refused to make it," Aarnio recalls. In the end, the Ball Chair became a huge hit as a coveted prop for futuristic films, and an icon of the pop era.

Anyone growing up in Finland will be familiar with stories like this – and possibly feel the urge to follow Aarnio's lead. In fact, Helsinki is the home of one of the most highly respected universities of art and design. "I had the choice of studying agriculture or design," says Harri Koskinen. He opted for the latter and went on to become one of Finland's most sought-after contemporary designers. Koskinen, 41, is a veritable multitalent whose creations have so far spanned everything from barbecue utensils, tableware and lamps to entire living room furnishings. Today, Koskinen's designs stand for the topicality of Finnish

Fotos: PR

[d] praktischer, komfortabler." In Helsinki finden sich seine Arbeiten vor allem in exklusiveren Lagen, bei den etablierten finnischen Marken: Iitalla, Koskinens erster Arbeitgeber, betreibt ein großes Geschäft direkt an der vornehmen Esplanade. Koskinen-Stücke gibt es auch schräg gegenüber bei Artek, wo sonst vor allem die Klassiker Alvar Aaltos verkauft werden. Sogar für die Kultmarke Marimekko hat Harri Koskinen entworfen, von ihm stammen einige der schlichteren Stücke im Sortiment.

Bekannt geworden ist Marimekko vor allem als schriller Gegenpol zur finnischen Sachlichkeit. Manche Motive wirken so verspielt und farbenfroh, als habe sich der verantwortliche Gestalter in Finnlands endlosen Wäldern verirrt – und dort die falschen Pilze genossen. Aber auch das ist wieder typisch finnisch: Wer die Sonne im Sommer kaum unter- und im Winter kaum aufgehen sieht, entwickelt einen Hang zum Extremen. Mit dem Sortiment des Marimekko-Flagshipstores an der Esplanade könnte man komplette Haushalte einrichten. Das Geschäft verkauft Kleider und Babylätzchen, Bettwäsche und Handtücher, Hängematten, Geschirr und Accessoires. „Viele Leute wollen aber auch nur die Stoffe mit den bekannten Mustern", sagt Verkäuferin Eevi Lainkari, 24. So schneidern sich echte Marimekko-Fans ihre Lieblingsstücke einfach selbst – und erklären damit auch die eigene Wohnung zum ganz persönlichen Kreativbezirk. ■

[e] objectivity: "I want to improve things, make them more practical, more convenient." His works are mostly to be found in exclusive shops in Helsinki, among the established Finnish brands. Iitalia, Koskinen's first employer, runs a large store right on the up-market Esplanade. Koskinen pieces are also sold diagonally across from Iitalia, at Artek, which otherwise specializes mostly in Alvar Aalto classics. Koskinen has even worked for the cult brand Marimekko, creating some of the collection's simpler pieces.

Marimekko is the deliberately loud antithesis to Finnish objectivity. Some of the brand's motifs are so light-hearted and colorful it seems their designers must have lost their way in Finland's endless forests – and sampled the wrong sort of mushroom along the way. But that, again, is also typically Finnish: Hardly ever seeing the sun set in summer or rise in winter, the Finns develop an affinity to extremes. The range of goods – clothes and baby bibs, bedclothes and towels, hammocks, crockery and accessories – available from the Marimekko flagship store on Esplanade could easily supply an entire household. "But many people also come only for the fabrics with the famous patterns," says sales assistant Eevi Lainkari, 24. That's because true Marimekko fans sew their favorite items themselves – and turn their home into their own personal design district. ■

Klare Kante: Das Architekturbüro UN Studio entwarf La Defense in Almere, ein Bürogebäude mit Parkhaus
Clean lines: Architects UN Studio designed La Defense in Almere, an office building and parking facility

Schöner siedeln

Ein Masterplan hat die niederländische Stadt Almere zum Leben erweckt und ihr ein Zentrum gegeben – so wurde aus der gesichtslosen Siedlung, angelegt als Auffangbecken für das überfüllte Amsterdam, eine Sammlung architektonischer Schmuckstücke

Planning gracefully

The Dutch town of Almere, formerly a characterless dormitory development designed to take overspill from nearby Amsterdam, has been brought to life with the help of a master plan that has given it a central core with a whole lot of architectural gems

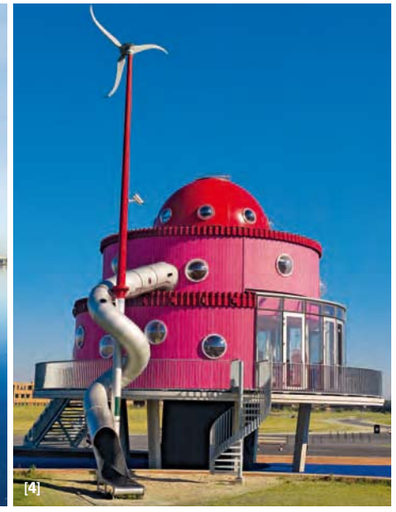
Heute wohnen mehr als 190 000 Menschen an der Stelle, wo noch vor einem halben Jahrhundert das Wasser des Markermeers den Boden bedeckte. Durch Eindeichung wurde wertvolles Neuland gewonnen, 1976 zogen die ersten großstadtmüden Bewohner aus Amsterdam nach Almere im niederländischen Flevoland. Unter der Parole „polynukleare Stadt“ entstand ein Haufen gesichtsloser Vororte – bis Mitte der Neunziger das Büro OMA des holländischen Architekten Rem Koolhaas einen Masterplan für ein neues Zentrum entwickelte. Zusammen mit namhaften Kollegen wie David Chipperfield, Christian de Portzamparc und den Machern des Tokioter Architektenbüros SANAA erweckte Koolhaas die Retortenstadt zum Leben. Heute zeigt das zentrale Ensemble einen Querschnitt durch die zeitgenössische Architektur. Almere wächst weiter – bis 2030 soll sich die Einwohnerzahl nahezu verdoppeln. ■

[1] Traum in oranje: Villa Overgooi von NEXT Architects aus Amsterdam
Dream in orange: Villa Overgooi by Amsterdam architects NEXT
[2] Schwungvoll: Fassade von René van Zuuks Wohnanlage The Wave
Racy: facade of The Wave apartment house by René van Zuuks
[3] Das Hochhaus Silverline markiert das Eingangstor zum Binnenhafen
The Silverline building stands at the entrance to the town's inland port
[4] Im Sommer 2010 wurde das Bildungszentrum Klokhuis eröffnet
The Klokhuis Educational Center was opened in the summer of 2010
[5] Shoppen und wohnen: De Citadel von Christian de Portzamparc
Shop 'n live: De Citadel by Christian de Portzamparc
[6] Das Theater- und Kulturzentrum De Kunstlinie am Weerwater-See
Theater and Cultural Center: De Kunstlinie on Weerwater lake

[1]

[2]

[3]


[4]

[5]

[6]

Fotos: Christian Richters/ VIEW/ ARTUR IMAGES (3); L. Boegly/ ARTUR IMAGES/ Artedia/ Leemage; E. Sumner/ VIEW/ ARTUR IMAGES; I. Baan; B. Morgan/ Morganfoto

Some 50 years back it was part of Markermeer lake; now it's the place that over 190 000 people call their hometown. Levees were built to reclaim the land, and the first big-city fugitives from Amsterdam moved into the satellite town of Almere in 1976. Officially dubbed a "polynuclear town," this was actually a planner's euphemism for a characterless suburban waste – until Dutch architect Rem Koolhaas came along in the mid-1990s and had his firm OMA draft a master plan for a new town center. Koolhaas and a team of wizards including big names like David Chipperfield and Christian de Portzamparc, plus an energetic group from the Tokyo architects' firm SANAA, waved their magic wands and breathed life into the inert test-tube town. The downtown lineup now proudly displays a cross-section of contemporary architecture. Almere is not only living; it's growing too – by 2030, its population will probably have nearly doubled. ■

Skulpturen der Natur: Wenn die Eisberge vor den Südlichen Orkneyinseln nahe der Antarktis tief ins Meer gedrückt werden, verlieren sie ihre Lufteinschlüsse – und das Eis erscheint blau
Natural sculptures When the icebergs off the South Orkney Islands of Antarctica are pushed deep into the ocean, the air trapped inside is forced out, making the ice look blue

Eiskalte Pracht

Wer noch glaubt, Polargebiete seien bloß karge, immerweiße Schnee- und Eiswüsten, dem werden die Bilder des Kölner Fotografen Thorsten Milse die Augen öffnen: Seine Arbeiten zeigen extrem facettenreiche Wunderwelten, die jeden Schutz wert sind
Polar paradise If you thought barren wastelands of snow and ice were all that existed at the ends of the earth, let photographer Thorsten Milse convince your otherwise. His magnificent pictures highlight a wealth of diversity at the North and South Poles, all of it well worth our protection

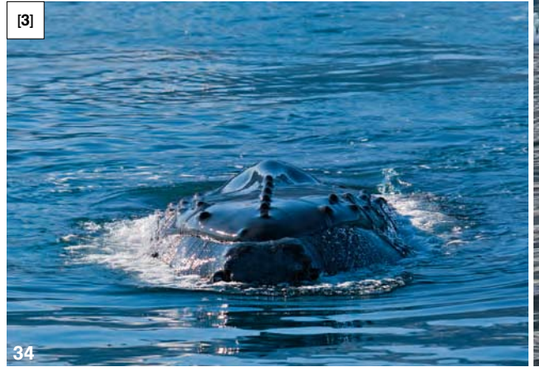
Text Gunnar Herbst **Fotos** Thorsten Milse

[1] Zwei Walrosse treiben auf einer Eisscholle in der Hinlopenstraße zwischen den norwegischen Inseln Spitzbergen und Nordostland
Two walruses loll languidly atop an ice floe drifting in the Hinlopen Strait between the Norwegian islands of Spitzbergen and Nordaustlandet
[2] Ihre Jungen bringt die Ringelrobben-Mutter auf dem Eis zur Welt. Sobald es bricht, entlässt sie ihren Nachwuchs in die Selbstständigkeit
Young ring seals are born on the ice. When it breaks, the mother knows that her offspring have reached the age for independence and leaves them to fend for themselves
[3] Vor der Küste Grönlands taucht ein Buckelwal auf. Das Säugetier wird im Schnitt rund 13 Meter lang und 27 Tonnen schwer, seit 1966 steht es weltweit unter Artenschutz
A humpback whale surfaces off the coast of Greenland. This particular mammal grows to an average length of 13 meters and an average weight of 27 tons. The humpback whale has been a listed endangered species since 1966

[1]

[2]

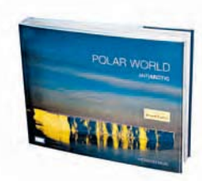
[3]



[1]

[2]

[1] In der Arktis werden Eisbären in einer Höhle aus Schnee geboren. Dort bleiben sie etwa zwei Monate lang, bevor sie sich zum ersten Mal nach draußen wagen
In the Arctic, polar bear cubs are born in caves their mother has dug into the snow. They spend around two months inside before making their first foray into the open
[2] Kaiserpinguine sind die einzigen Vögel der Welt, die im ewigen Eis der Antarktis brüten. Erst nach der Mauser verlieren die Jungen ihr braungraues Federkleid
Emperor penguins are the only birds in the world to breed in the everlasting ice of the Antarctic. Young penguins lose their gray-brown down when they molt



Polar World
von Thorsten Milse, DuMont Reiseverlag, 352 Seiten; 79,90 Euro, *polar-world.de*
by Thorsten Milse, available in German/English from DuMont Reiseverlag, 352 pages, 79.90 euros, *polar-world.de*

Neugierig schaut der junge Eisbär aus seiner Schneehöhle, zwei wuchtige Walrosse liegen satt und träge auf einer Eisscholle, während Pinguineltern mit ihren Schnäbeln die Kopffedern ihres Kindes säubern: Die Polargebiete rund um den Nord- und den Südpol sind voller Leben. Was aus der Ferne betrachtet wie eine unwirtliche Eis- und Schneewüste erscheint, ist die Heimat von Tausenden Tierarten, darunter Wale, Robben und Walrosse, Eisbären, Wölfe und Füchse, Vögel und Insekten. Sie alle haben gelernt, in dem extremen Klima der Arktis und der Antarktis zu überleben – in einer einzigartigen Landschaft, die Kälte, Stürme und Schneefälle über Jahrmillionen geformt haben.

Die Bilder des Fotografen Thorsten Milse führen die Schönheit dieser Wunderwelten, die durch den Klimawandel und durch immer knapper werdende Rohstoffe bedroht sind, eindrücklich vor Augen. In den vergangenen Jahren ist der 46-jährige Kölner mehr als 20-mal in die Polargebiete gereist. Milse hat in Zelten und Holzhütten übernachtet, hat stundenlang bei Sturm und eisiger Kälte von minus 50 Grad Celsius vor Schneehöhlen gewartet, um im richtigen Moment einen jungen Eisbären zu fotografieren. Und er ist zu Kolonien von Kaiserpinguinen gewandert, die sich ihm ohne Scheu näherten. Rund 200 000 Fotos hat Milse auf seinen Reisen ins Eis gemacht, für den Bildband „Polar World“ wählte er seine Favoriten aus. „Viele denken, dass diese Gebiete immer gleich aussehen und immer weiß, aber das stimmt nicht“, sagt der Fotograf, „hier sind die Motive genauso vielfältig und abwechslungsreich wie in einem kunterbunten Regenwald.“ ■

A polar bear cub peeps inquisitively from his cosy snow den, two hulking walruses loll languid and replete on an ice floe, and a pair of penguins clean the feathers on their baby’s head. As these pictures show, the regions around the North and South Pole are teeming with life. What at a distance appear to be inhospitable wastelands of ice and snow, are in fact home to thousands of animal species, including whales, seals and walruses, polar bears, wolves and foxes, and birds and insects. All have learned to survive in the extreme climates of the Arctic and Antarctic – unique landscapes which were shaped over millions of years by the cold, the wind and the snow.

Thorsten Milse’s eloquent photographs draw our gaze to the beauty of these natural worlds and the wildlife that inhabits them, and our attention to the fact that their future is threatened by climate change and our search for ever more scarce natural resources. The 46-year-old photographer from Cologne has visited the Poles more than 20 times, sleeping rough in tents or wooden cabins, and waiting for hours in the freezing wind outside snow dens in temperatures of minus 50°C to take a picture of a young polar bear at exactly the right moment. He has also hiked out to colonies of emperor penguins that came right up to him without fear. On his trips, Milse took around 200 000 photos and from these he selected his favorites for the book *Polar World*. “Many people think everything looks the same here and is always white, but that’s not true,” he says, “the range of subjects for my photos is as diverse as anything you will find amid the bright colors of a rainforest.” ■

Daniel Libeskind:

„Architektur sollte schon im Kindergarten gelehrt werden“

Von Bewunderern in aller Welt wird er hoch gelobt, von seinen Kritikern leidenschaftlich gescholten. Sicher ist bloß: So wie Daniel Libeskind baut kein anderer, der polnisch-amerikanische Stararchitekt vertritt eine sehr eigene Auffassung von seinem Fach. Im *Lufthansa Magazin* spricht er über seinen Umbau des Militärhistorischen Museums in Dresden und sein Selbstverständnis als Künstler, er beklagt den Mangel an mächtigen Ideen und Gehirnwäsche durch Legosteine **“Architecture should be taught in kindergarten”** His fans praise him to the skies, his critics hold him in deep contempt. But one thing is certain: Nobody builds like Polish-American star architect Daniel Libeskind, who has his own unique approach. He talks to *Lufthansa Magazin* about designing an extension to Dresden’s Military History Museum, what it means to be an artist, about the dearth of powerful ideas – and how Lego blocks brainwash young children

Interview Sascha Borrée **Fotos** Neumann und Rodtmann

Lufthansa Magazin: Herr Libeskind, Sie haben das Jüdische Museum in Berlin entworfen, jetzt auch den Umbau des Militärhistorischen Museums in Dresden verantwortet. Sind Sie damit endgültig zum Fachmann für schwierige deutsche Gedenkarchitektur geworden?
Daniel Libeskind: Jedes Gebäude ist schwierig, immerhin soll es für viele Jahre Bestand haben. Natürlich ergibt sich noch einmal eine besondere Herausforderung, wenn es um Geschichte und das Gedenken daran geht. Aber solche Gebäude baue ich ja nicht nur in Deutschland. Denken Sie nur mal an den Freedom Tower in New York, auch das ist ein emotional sehr stark aufgeladenes Projekt.
Die Geschichte des deutschen Militärs gehört sicher zu den schwierigsten historischen Themen, außerdem gibt es Überschneidungen mit Ihrer eigenen Familiengeschichte. Hat Sie das nicht zögern lassen, sich an dem Projekt zu beteiligen?
Nein, ich hatte nicht den geringsten Zweifel. Mit dem Dresdner Museum hat ein echter Paradigmenwechsel stattgefunden. Da werden nicht mehr Waffen gefeiert, sondern Fragen aufgeworfen: Wie funktionieren totalitäre Regime? Warum machen Leute dabei mit? Nur eine gut informierte, intelligente, teilhabende Öffentlichkeit kann künftige Kriege und Völkermorde verhindern. Das Museum leistet einen wichtigen Beitrag zur Aufklärung. ▶

Lufthansa Magazin: You designed the Jewish Museum in Berlin, Mr. Libeskind, and now you’re building an extension to the Military History Museum in Dresden. Does this mean you have now become an expert on building memorials to Germany’s difficult past?
Daniel Libeskind: All buildings pose difficulties because they need to endure for many years to come. Buildings connected with history and commemoration are, or course, a particular challenge. But you know, I don’t just build memorials in Germany – the Freedom Tower in New York is a very emotionally charged project, too.
German military history must surely be one of the most difficult subjects to tackle, especially for you, given the connections with your personal family history. Did you hesitate at all before agreeing to the project?
No, there was absolutely no doubt in my mind that I would do it. There has been a real paradigm shift at the Dresden museum. It no longer focuses on celebrating weapons but rather on raising important questions, such as: How do totalitarian regimes work? Why do people go along with them? War and genocide can only be prevented in the future if the public is well informed, intelligent and participatory. The museum has an important role to play in educating the public. ▶▶

Daniel Libeskind

gehört zu den erfolgreichsten Architekten weltweit. Er wurde 1946 in Polen geboren. Seine jüdischen Eltern hatten den Holocaust in einem Sowjet-Lager überlebt, andere Verwandte waren von den Nazis ermordet worden. Mit seiner Familie emigrierte Libeskind über Israel in die USA. Er studierte Musik, arbeitete als Profimusiker, wurde Architekturdozent und -theoretiker. Das Jüdische Museum in Berlin stellte er 1999 fertig. 2003 gewann er den Wettbewerb für den Freedom Tower, der anstelle des World Trade Center in New York entstehen sollte; sein Entwurf des nun in *One World Trade Center* umbenannten Turms wurde jedoch stark verändert.

Daniel Libeskind is one of the world’s most successful architects. He was born in Poland in 1946. His Jewish parents survived the holocaust in a Soviet camp, but other members of his family were murdered by the Nazis. Libeskind emigrated with his family to Israel and then to the United States, where he studied music and performed professionally before becoming an architectural lecturer and theorist. Libeskind completed the Jewish Museum in Berlin in 1999. In 2003, he won the contract to build the Freedom Tower on the site of the World Trade Center in New York. But his design for what since has been renamed *One World Trade Center* has since been considerably altered.

360° Daniel Libeskind

[d] Der Museumsumbau in Dresden wirkt fast wie eine Skulptur, wie ein eigenes Kunstwerk. Sie arbeiten – hier und auch bei anderen Projekten – mit versteckten Symbolen und Verweisen, mit mehreren Bedeutungsebenen, die entschlüsselt werden wollen. In früheren Epochen, etwa der Renaissance, hat man bereits so gebaut. Sind Sie ein rückwärtsgewandter, elitärer Architekt?
Nein, nein, überhaupt nicht! Bitte schauen Sie: Auch in vielen Werken der Musik oder Literatur sind doch unzählige Verweise und Symbole versteckt. Man kann solche Stücke aber auch einfach so auf sich wirken lassen, sie setzen zunächst kein besonderes Wissen voraus. Wer will, entdeckt vielleicht später, dass da noch viel mehr dahintersteckt. Architektur sollte ähnlich vielschichtig begriffen werden: Sie verlangt nach Gedächtnis, Feinsinnigkeit, Fülle und Komplexität. Ein Gebäude dient nicht nur seiner Funktion. Es muss kommunizieren, die Menschen für sich einnehmen, ihnen eine Geschichte erzählen.
Sie bauen längst nicht mehr nur Museen, sondern auch Wohn- und Bürogebäude, riesige Freizeitkomplexe auch ganze Stadtquartiere. Werden denn da auch solche Geschichten erzählt?
Selbstverständlich! Ein Bürogebäude erzählt Geschichten vom Arbeiten, ein Wohngebäude vom Wohnen und Leben. Das sind jedes Mal ganz verschiedene Erzählungen, dadurch wird die Sache ja so spannend.
Weshalb sollte ich erwarten, dass mein eigenes Haus eine Geschichte erzählt? Ist das nicht ein Luxus für Leute, die sich diese besondere Art von Architektur leisten können?
Im Gegenteil! Wenn wir heute über nachhaltige Architektur reden, dürfen wir uns nicht nur auf die technischen Aspekte konzentrieren. Das Thema muss auch emotional, historisch und

[e] The museum building almost looks like a sculpture, like a work of art. Here, as in other projects, you work with symbolism and hidden references that can be decoded to reveal several layers of meaning. This is an approach that was used in earlier periods, like the Renaissance, too. Are you an elitist, backward-looking architect?
No, no, not at all. Look at it this way: There are references and symbols hidden in many works of literature and pieces of music, too, but you don't need special knowledge to appreciate them, you can enjoy them as they are. If you like, you can dig deeper and possibly discover a lot more. Architecture should be seen to have multiple layers, too. It calls for memory, subtlety, depth and complexity. A building should not merely serve its purpose, but must also communicate, engage people, tell them a story.
In addition to museums, you now also design residential and office buildings, huge recreation complexes and entire city neighborhoods. Do they all have stories to tell, too?
Of course. An office building tells stories about work, an apartment building tells stories about life and living. Being able to tell different stories is what makes it so exciting!
Why should I expect my house to tell me a story? Isn't that a luxury reserved for people who can afford a particular type of architecture?
On the contrary! When we talk about sustainable architecture, we shouldn't limit ourselves to the technical aspects. We have to think in emotional, historical and psychological terms, too. Building something that only works for five minutes and then goes out of fashion isn't sustainable. That's why it is so important to understand architecture in all its complexity.
So should other architects start building the way you do? Or should you restrict yourself to special projects?

[d] psychologisch gedacht werden. Es kann nicht nachhaltig sein, ein Gebäude zu bauen, das bloß für fünf Minuten funktioniert und sich dann wieder überholt hat. Deshalb ist es so wichtig, Architektur in ihrer ganzen Komplexität zu verstehen.
Also sollten viel mehr Ihrer Kollegen so bauen wie Sie? Oder sind Sie doch eher der Mann für die ganz besonderen Aufgaben?
Ich bin jedenfalls kein Architekt für anonyme Gebrauchsgebäude. Ich glaube an Architektur als eine Kunstform, die beeinflusst, wie wir Städte sehen und uns in ihnen bewegen. Von diesem klugen Ansatz hat die Architektur im 20. Jahrhundert leider vieles verloren. Sie ist stark militarisiert worden, man hat sie im Gleichschritt marschieren lassen.
In Deutschland gibt es gerade diesen Retro-Trend: Die Fassaden der zerstörten Stadtschlösser in Berlin und Potsdam werden rekonstruiert, neue Wohnhäuser oder gar komplette Quartiere entstehen nach historischen Vorbildern. Gleichzeitig wird zeitgenössischen Projekten, zum Beispiel dem Neubau des Stuttgarter Hauptbahnhofs oder auch der Hamburger HafenCity, mit viel Skepsis begegnet. Wie erklären Sie sich diese Entwicklung?
Man will Bilder, die Bedeutung haben. Eigentlich wünschen sich die Leute etwas interessantes Neues! Nur wenn man ihnen das nicht anbietet, schauen sie zurück in die Vergangenheit. Dann verlangen sie nach nostalgischen Retro-Bauten – die ja eigentlich Fälschungen sind. Noch etwas: Die Leute wollen auch viel früher und stärker teilhaben. Architektur war immer ein Machtinstrument für die Herrschenden. Jetzt verstehen viele Menschen, wie sie in den Entstehungsprozess von Architektur eingreifen können.
Wie könnte das denn funktionieren?
Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Ich lehre als Gastprofessor an der Lüneburger Universität. Als man mich zusätzlich bat, ein neues Uni-Gebäude zu bauen, habe ich Studenten verschiedener Fachrichtungen mitarbeiten lassen. So sind viele fantastische Ideen für die Universität des 21. Jahrhunderts entstanden.
Während andere westliche Architekten zumindest insgeheim von den reibungslosen Abläufen in autoritären Staaten schwärmen, plädieren Sie also für eine Demokratisierung der Architektur?
Um etwas wirklich Bedeutungsvolles zu erschaffen, benötigt man zwingend die Energie der Menschen und ihren Drang, sich selbst einzubringen. Man braucht auch selbstbewusste Architekten, die mächtige Ideen vorlegen. Mit mittelmäßigen Einfällen funktioniert das nicht. Nur wirklich gute, gern auch kontroverse Ideen fordern die Öffentlichkeit dazu heraus, selbst sehr kreativ und konstruktiv zu werden.
Eben haben Sie noch ein komplexeres Verständnis von Architektur gefordert. Wie kann man die breite Öffentlichkeit da an den jetzt schon komplizierten Debatten beteiligen?
Letztlich geht es darum, Räume zu organisieren, das macht jeder Mensch in seinem Alltag. Jeder Mensch ist ein Architekt, ▶

„Architektur war immer ein Machtinstrument für die Herrschenden. Jetzt verstehen viele Menschen, wie sie in den Entstehungsprozess von Architektur eingreifen können“

“Architecture has always been an instrument of power for the people in power. Regular people have now learned how to participate in the creative process”

[e] I'm not the right architect for anonymous, utilitarian buildings. I believe in architecture as an art form, one that influences how we see cities and how we move around in them. I consider that an intelligent approach to architecture, but sadly it was largely lost from sight in the 20th century. Instead, architecture became very militarized, made to march in step.
There's a retro trend visible in Germany these days. The facades of once-destroyed city palaces in Potsdam and Berlin are being reconstructed, and new residential buildings, even entire neighborhoods, are being designed according to historical models. But at the same time, contemporary projects like Stuttgart's central railway station and Hamburg's HafenCity district are viewed with great skepticism. Can you explain this?
People want to look at things that mean something. What they really want is something interesting, something new! But if that is not what they are offered, they turn to the past and demand nostalgic retro buildings – which are actually fakes. And don't forget, the public wants to be involved more and at a much earlier stage. Architecture has always been an instrument of power for the people in power, but now regular people have learned how to participate in the creative process.
In what way?
Here's an example: I'm a guest lecturer a Lüneburg University. When they asked me to design a new building on campus, I involved students from various different disciplines. They came up with all kinds of great ideas for a 21st century university.
While other western architects are privately thrilled at how smoothly architectural projects go forward in authoritarian states, you would like to see architecture democratized?
If you want to create something that has real meaning it's absolutely essential to include the energy and drive of people who want to contribute. You also need confident architects willing to submit powerful ideas. Mediocre ones won't work. Only really good, even controversial ideas will provoke a creative and constructive response.
You're now calling for an even more complex understanding of architecture. How do you expect people to take part in existing debates, which are already pretty complicated? ▶▶

Bruch, Umweg, Neubeginn: Zu Libeskinds Arbeiten zählen der Umbau des Militärhistorischen Museums in Dresden (links), der Entwurf für den Freedom Tower in New York (Mitte) und das Jüdische Museum in Berlin
Architecture as art: Libeskind's projects include an extension to the Military History Museum in Dresden (left), the Freedom Tower in New York (center) and the Jewish Museum in Berlin (right)

[d] jeder hat seine eigene Expertise. Diese Expertise müssen wir künftig noch viel stärker fördern. Architektur sollte schon im Kindergarten gelehrt werden. Wirklich! Leider setzt man Kindern viel zu früh Legosteine und andere geformte Bauklötze vor. Das ist Gehirnwäsche, damit beschneidet man ihre Kreativität.

Und was, wenn die Öffentlichkeit doch zurück ins 19. Jahrhundert will? Wenn sich Ihre Studenten ein Stadtschloss auf dem Campus wünschen?

Ich sage ja nicht, dass grundsätzlich nur noch Volksentscheide über Architektur bestimmen sollten. Neue Projekte gehen den Leuten schon mal gegen den Strich, das ist manchmal auch gewollt und gut so. Wenn sich jemand ein Gebäude aus dem 19. Jahrhundert wünscht, muss man diesen Wunsch ja nicht unbedingt erfüllen. Aber man muss verstehen wollen, was hinter diesem Wunsch steht.

Sie selbst haben erst spät begonnen, als Architekt zu arbeiten. Jetzt scheint Ihr Tatendrang unerschöpflich: Zurzeit bauen Sie rund 40 Projekte in aller Welt, Sie lehren an Universitäten, entwerfen Bühnenbilder für Opern, haben auch selbst eine Oper inszeniert. Was treibt Sie an?

Es gibt diesen Satz, den Mozart kurz vor seinem Tod gesagt haben soll: „Ich beginne, die Möglichkeiten der Musik zu verstehen." Auch in der Architektur braucht es Zeit, um die Möglichkeiten des Fachs zu begreifen. Jedes Projekt erforscht neue Möglichkeiten, öffnet neue Türen und Fenster – und eröffnet einen neuen Blickwinkel auf die Welt. ■

[e] What it ultimately comes down to is organizing space, something we all do regularly. Each one of us is an architect, each one of us has a skill. We have to cultivate these skills to a much greater extent. Architecture should be taught in kindergarten. I'm serious! We let our children play with Lego blocks and other preformed toys when they are far too young. We're brainwashing them and stunting their creativity.

But what if the general public wants to return to the 19th century and your students decide to erect a city palace on the university campus?

I'm not saying that architecture should generally be decided by referendum. New projects will always ruffle feathers; in fact, that's sometimes the intention and it's a good thing. Just because someone wants a 19th century building, it doesn't mean you have to build it. But you do need to understand what's behind the choice.

You began working as an architect rather late in your career, but your energy is endless: You are involved in about 40 projects around the world, you lecture at universities, design sets for opera and have even staged one yourself. What drives you?

Shortly before he died, Mozart supposedly said: "I am only beginning to understand the possibilities of music." It takes time to understand architecture, too. Every project investigates new possibilities, opens new doors and windows – and opens up a new perspective on the world. ■

Fotos: Bitter Bredt; Silverstein Properties; Guenter Schneider

HYUNDAI
NEW THINKING. NEW POSSIBILITIES.

UEFA EURO2012 POLAND-UKRAINE

Time Proven Quality

Years don't diminish the value of Hyundai

2012 Hyundai Tucson is one of the Top 10 cars with Best Resale Value according to Kelley Blue Book's kbb.com

Vehicle's projected resale value is in the United States and specific to the 2012 model year.
For more information, visit Kelley Blue Book's kbb.com.
Kelley Blue Book is a registered trademark of Kelley Blue Book Co., Inc.

Kelley Blue Book
THE TRUSTED RESOURCE
kbb.com

The New Tucson

Punktlandung des Kranichs: Von einer Hebebühne aus befestigen zwei Monteure das gelbe Lufthansa Logo am neuen Flugsteig A-Plus in Frankfurt. Einen Tag dauert es, bis sie die Bildmarke der Airline aus fünf Einzelteilen zusammengesetzt und angebracht haben. Das erweiterte Terminal am Frankfurter Flughafen soll im Sommer diesen Jahres eröffnen und exklusiv von Lufthansa Passagieren genutzt werden – vor allem für Reisen mit den Großraumflugzeugen A380 und der neuen Boeing 747-8, die in diesem Jahr zur Flotte stößt. Jede der sieben Andockbrücken des Gebäudes schmückt dann auf beiden Seiten das Kranich-Logo mit einem Durchmesser von jeweils fünf Metern.

Perfect landing From their perch on top of a platform lift, two technicians fix the yellow Lufthansa crane logo to the new Pier A-Plus in Frankfurt. It takes an entire day to piece together the logo's five sections and position them accurately on the pier wall. The extended terminal at Frankfurt Airport is scheduled to open this coming summer and will be reserved exclusively for Lufthansa passengers – in particular, those traveling on board the wide-body aircraft Airbus A380 and the new Boeing 747-8, which will be joining the fleet in 2012. A Lufthansa logo measuring five meters across will then grace both sides of each of the new terminal's seven piers.

lufthansa.com

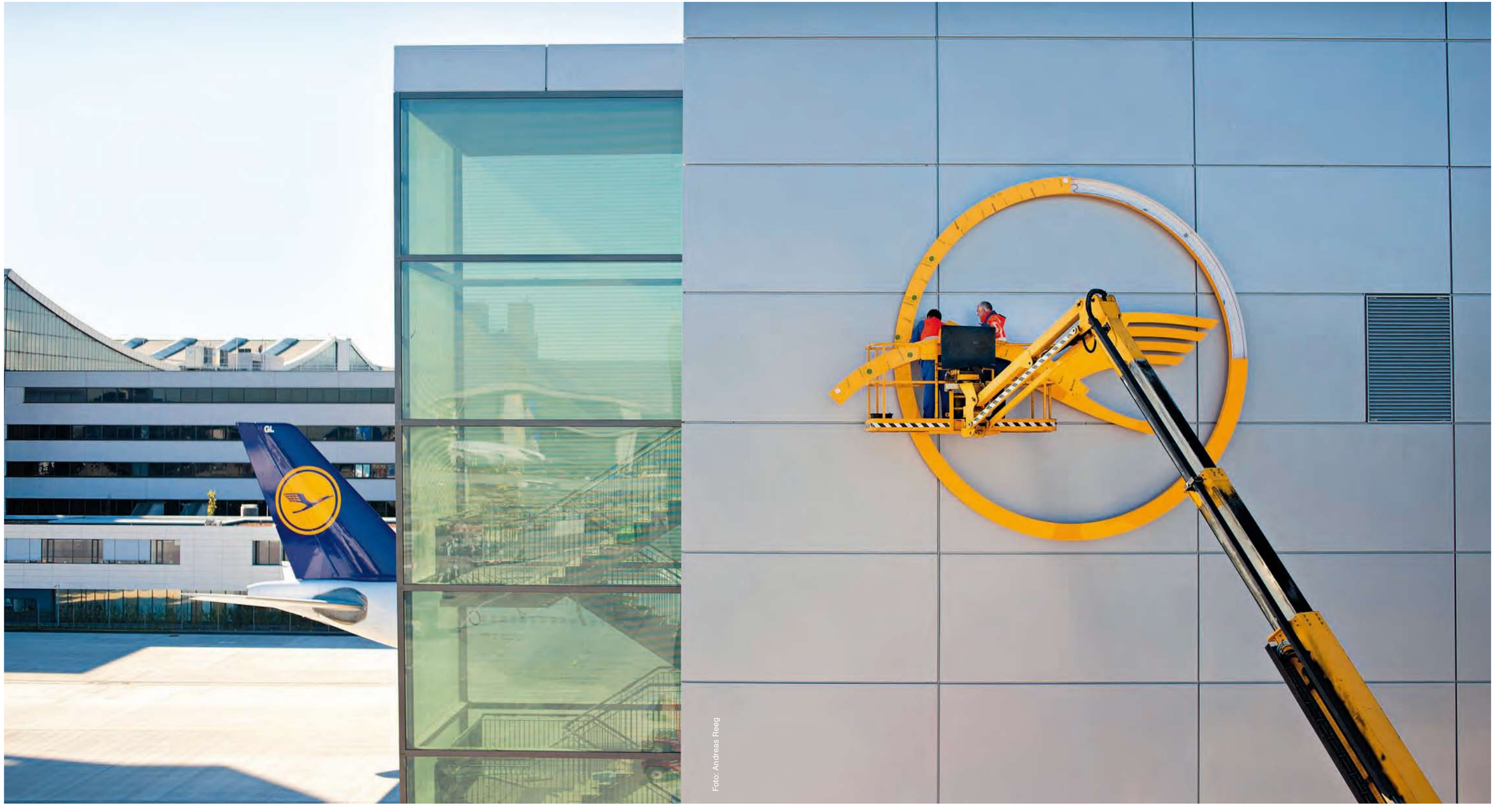
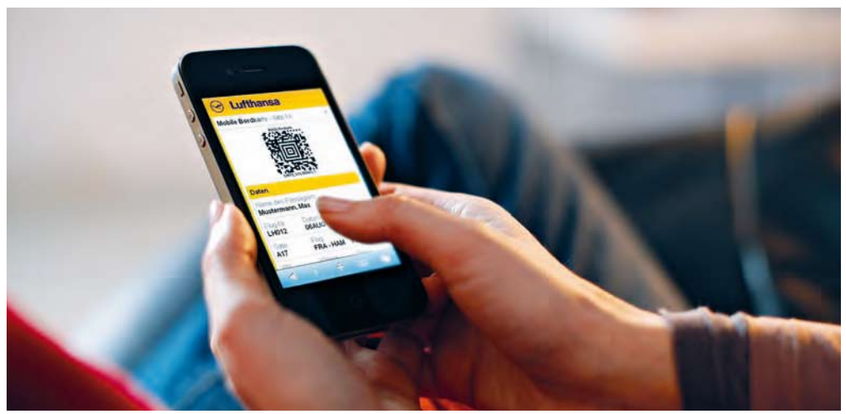


Foto: Andreas Reeg

Lufthansa News

Service, Fakten, Orientierung – Nachrichten aus der Welt der Kranich-Linie
The latest service updates, facts and information from the world of Lufthansa



Einfacher einchecken

Damit Passagiere am Flughafen noch mehr Zeit sparen können, hat Lufthansa ihren automatischen Check-in-Service weiterentwickelt. Für Flüge innerhalb Deutschlands, zwischen Deutschland und Italien*, zwischen deutschen Flughäfen und Paris sowie ab Ende Januar für alle Flüge innerhalb des Schengenraums übernimmt die Airline den Check-in für Passagiere. So funktioniert es: Einfach im Internet *milesandmore.com* besuchen, sich in seinem Kundenprofil für das automatische Check-in anmelden und entscheiden, ob man die Mobile Bordkarte per SMS oder per E-Mail erhalten möchte. Wer das automatische Check-in nutzen will, muss Teilnehmer am Vielfliegerprogramm Miles & More sein und bei der Buchung bereits einen Sitzplatz reserviert haben. Für HON Circle Member und Senatoren entfällt diese Bedingung.
*gilt nicht für Pisa, Olbia, Cagliari und Triest

Faster check-in
Lufthansa's automatic check-in service saves time at the airport. The service is available for flights within Germany, between Germany and Italy*, between German airports and Paris, and starting in late January, also for all flights within the Schengen Area. This is how it works: Go to *milesandmore.com*, sign up for automatic check-in and decide whether you want to receive your mobile boarding pass via e-mail or text message. Automatic check-in is open to Miles & More members who reserve a seat when booking their flight, and also to all Lufthansa HON Circle members and Senators, to whom this condition does not apply.
*does not apply to Pisa, Olbia, Cagliari and Trieste

lufthansa.com

Anpfiff für Sportfans

Lufthansa startet mit einer neuen Website die nächste Generation Fanflug. Ob Fußball-Bundesliga in der Allianz-Arena, Champions League in Madrid oder Formel 1 in Schanghai – auf *lufthansa.com/fanflug* können Anhänger rasch ihre bevorzugte Sportveranstaltung finden und direkt die passenden Flüge buchen. Über den Partner Viagogo kann auch gleich die Eintrittskarte mit gekauft werden. Der Service soll noch auf andere Events erweitert werden.
Lufthansa's new sports website offers flights to first-division soccer in Munich, Champions League matches in Madrid, or Formula One racing in Shanghai. On *lufthansa.com/fanflug*, you can book flights, and tickets through Viagogo. There are plans to extend the service to other sports events.

Ein Neuer im Bunde

Als dritte afrikanische Fluggesellschaft wird Ethiopian Airlines Mitglied der Star Alliance. Damit wächst das weltgrößte Luftfahrtbündnis, in dem Lufthansa Gründungsmitglied ist, auf 28 Partner an. Durch den Beitritt von Äthiopiens führender Airline erweitert sich das Streckennetz der Allianz um Ziele in den Ländern Tschad, Kongo, Dschibuti, Mali und Niger.
New alliance partner Ethiopian Airlines recently became the third African carrier to join the Star Alliance and in doing so swelled the ranks of the world's largest airline partnership to 28 members. Ethiopia's leading airline brings with it new destinations in Chad, Congo, Djibuti, Mali and Niger.

Japanisch für Profis

Für japanische Fluggäste bietet Lufthansa an ihren Drehkreuzen Frankfurt und München eine besondere Betreuung an: Ein Team von Muttersprachlern steht bereit, um schon am Boden für eine reibungslose Reise zu sorgen. So helfen die Mitarbeiter des „Guide Service" beim Check-in, sie begleiten Fluggäste zum Gate oder in die Lounge.
Japanese guides At its hubs in Frankfurt and Munich, Lufthansa offers Japanese passengers a very special service – assistance with formalities prior to takeoff from a team of native Japanese speakers. The members of the Guide Service team help passengers to check in, and accompany them to a lounge or to their departure gate.

Was machen Sie da, Frau Hautecouverture?

Isabelle Hautecouverture, 21, arbeitet im dritten Lehrjahr ihrer Ausbildung zur Fluggerätmechanikerin bei Lufthansa Technik in Frankfurt am Main
What's that you're doing, Ms. Hautecouverture? Isabelle Hautecouverture, 21, is in her third year of training as an aircraft mechanic at Lufthansa Technik in Frankfurt

„Ich stehe unter der ersten ausgelieferten Lufthansa A380 ‚Mike Alpha' im Hangar am Airport Frankfurt. Zur Ausbildung gehört, jede Werkstatt zu durchlaufen; ich war im zweiten Lehrjahr und der Lackiererei zugeteilt. Am Flugzeugrumpf waren drei bis vier kleinere Lackschäden beanstandet. Ich habe die daumennagelgroßen Stellen mit roten Stickern markiert und rundum abgeklebt. Der Einwegbecher in meiner Hand ist mit grauem Flugzeuglack gefüllt. Mit einem feinen Malerpinsel bessere ich die Schäden aus, die beispielsweise bei einer Landung durch kleinere Steinschläge entstehen können. Die knallroten Becher mit dem Totenkopf heißen in der Wartung ‚Giftbecher', damit niemand versehentlich aus ihnen trinkt. Von innen sind sie beschichtet, damit sie sich nicht auflösen. In ihnen werden Fette, Lacke oder andere – oft eben auch für den Menschen schädliche – Stoffe transportiert."

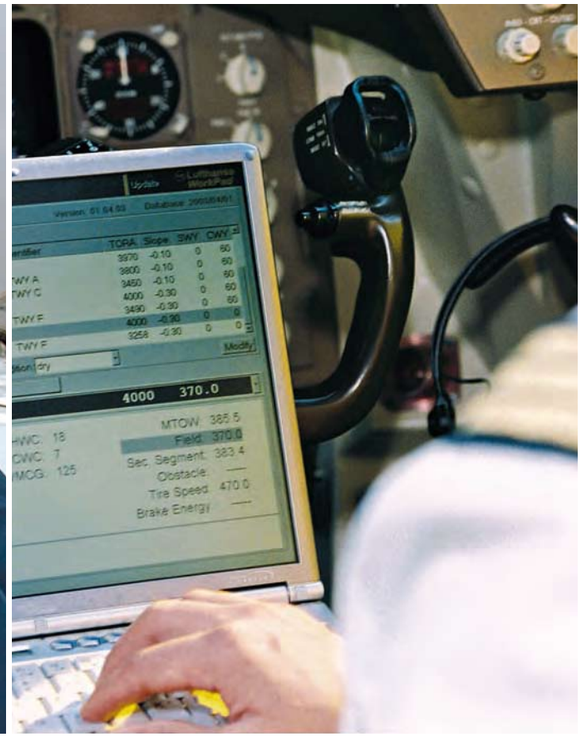
"I'm in the hanger beneath Mike Alpha, one of the first Lufthansa A380s to be delivered. Apprentices have to do a stint in every workshop and Mike Alpha arrived in my second year while I was assigned to the paint shop. There were three or four flaws the size of a thumbnail in its paintwork and it was my job to mark the spots with red stickers and tape around them. The damage was likely caused by small stones thrown up during landing. I'm now using a fine brush to repair the flaws with gray paint from this disposable cup The cups used for paint, grease and similar substances at Maintenance are colored bright-red and marked with a skull and crossbones and the word "poison" just to make sure that nobody mistakes one of them for their coffee cup. They are coated on the inside to prevent them from being dissolved by the aggressive substances they sometimes contain."

Fotos: Sonja Brüggemann/LH Technik; J. Görlich; U. Stephan/action press

3300 ...

… Arbeitsstunden dauert es, bis eine A330-300 bei Lufthansa Technik in Hamburg mit dem neuen FlyNet von Panasonic ausgerüstet ist. Bis Ende des Jahres soll ein Großteil der Lufthansa Langstreckenflotte mit dem mobilen Internetzugang für Fluggäste an Bord ausgestattet sein.
… hours is the time it takes the Lufthansa Technik team in Hamburg to install the new Panasonic FlyNet system in an Airbus A330-300. By the end of the year, a large proportion of the Lufthansa long-haul fleet will be equipped to offer passengers mobile Internet access in the air.

Sorgfalt beim *walk around* wie bei der Flugplanung am Workpad **The "walk around"** and flight plan reviews are carried out with care



Auch die Kabinencrew trifft sich zur Flugvorbereitung im Briefing-Raum **The cabin crew** meets to prepare for the flight in the briefing room, too

Fotos: G. Schläger/ LH Technik; I. Friedl; J. Görlich; Kathrein

Im Minutentakt zum Take-off

Cord Becker, der in seiner Zeit als Lufthansa Pilot rund 20 000 Flugstunden Erfahrung gesammelt hat und nun als Ausbildungskapitän arbeitet, schreibt im *Lufthansa Magazin* regelmäßig über Cockpit und Alltag. Diesen Monat: Wie Piloten einen Flug vorbereiten **The countdown is on…**
Flight instructor Cord Becker is a former Lufthansa pilot with around 20 000 flight hours under his belt. He regularly writes for *Lufthansa Magazin* on aviation topics. This month, he talks about how pilots prepare for a flight

Die Zeit bestimmt unser Fliegerleben. Weit vor dem Start muss alles genau geplant sein. So auch ein Langstreckenflug nach Vancouver. Gut zwei Stunden vor Take-off komme ich am Crewcenter in Frankfurt an, kurz danach treffe ich mich mit meinen Kollegen. Die Laptops werden angedockt und alle relevanten Flugdaten geladen. Gemeinsam beurteilen wir das Wetter und die geplante Route. Die Kerosinmenge wird festgelegt und per Knopfdruck von uns geordert. Wir treffen die Kabinencrew zu einem gemeinsamen kurzen Briefing über den Flugablauf. Danach geht es auch für uns zur Sicherheitskontrolle. Der Crewbus wartet bereits, noch eine Stunde bis zum Abflug. Wir kommen an der Maschine an, die bereits betankt wird – je nach Menge kann das bis zu einer Stunde dauern. Ich nehme telefonisch mit dem *Flight Manager* Kontakt auf: „Guten Morgen, hier läuft alles nach Plan, wir können pünktlich einsteigen." Ein Pilot macht dann den sogenannten *walk around*: Die Maschine wird am Boden von außen in Augenschein genommen, Fahrwerk, Triebwerke, Tragflächen und andere Teile werden überprüft. 45 Minuten vor dem Start sind *Cleaning* und *Catering* von Bord, der Kapitän überprüft den technisch dokumentierten Zustand der Maschine im Bordbuch und akzeptiert ihn durch seine Unterschrift. Flugdaten wie die geplante Strecke, Flughöhen und vorhergesagte Windströmungen werden in den Navigationscomputer geladen und gecheckt. Anschließend berechnen wir die Abhebegeschwindigkeit – und überprüfen sie mehrfach, denn hier wäre ein Fehler schwerwiegend. Die Passagiere steigen bereits ein, während die Gepäckbeladung noch läuft. Im Cockpit gehen wir derweil die voraussichtliche Abflugroute durch und legen fest, was im Fall eines Triebwerkfehlers zu tun ist – wir sind auch auf Ausnahmesituationen gut vorbereitet. Dann melden wir uns bei der Flugsicherung an und fragen nach der Streckenfreigabe. Die ersten Checklisten werden gelesen, um Systeme erneut zu überprüfen. Wir erfahren die endgültige Passagierzahl, die Frachttüren schließen sich. Das Startgewicht steht nun exakt fest und kann final berechnet werden. Unmittelbar vor dem Anlassen gehen wir im Cockpit eine letzte Checkliste durch. Dann legt LH 494 pünktlich vom Gate ab. Nach zehn Minuten heißt es aus dem Tower: „Cleared for take off." Die Maschine startet, und drei Minuten später stoßen wir durch die dicke Nebeldecke eines trüben Januartags in pures Sonnenlicht – und lassen das hektische Treiben am Boden weit hinter uns. In zehn Stunden und 15 Minuten bringen wir unsere Gäste sicher über Grönland und endlose Eiswüsten bis an die Westküste Kanadas nach Vancouver. ■

When you're a pilot, everything revolves around time. Planning and preparation are crucial, and begin long in advance of each flight, this time a long haul to Vancouver. A good two hours before departure, I arrive at the crew center in Frankfurt and shortly afterwards, meet up with my colleagues. We plug in our laptops and upload all the data relevant to the flight. Together, we discuss the weather forecast and our route. They determine how much fuel we will need, and we order it by pressing a button. We hold a short briefing session with the cabin crew and then it's time to pass through the security check and board the waiting crew bus. One hour to go. We board the aircraft as it's being fueled. Fueling can take up to an hour depending on the amount of kerosene required. In the cockpit, I phone the flight manager on my cell phone, saying (usually): "Good morning, everything is okay, boarding can go ahead as planned." A member of the cockpit crew now does the so-called "walk around," which involves inspecting the aircraft from the ground and checking that landing gear, engines, wings and other components are all in good shape. Forty-five minutes until takeoff, the cleaners and caterers have come and gone, and fueling is completed. The captain consults the log book detailing the aircraft's current technical data and endorses it with his signature. We upload the flight data (routes, flight altitudes and wind information) to our navigation computer and go through it once again. Then we calculate our takeoff speed and check our calculations several times because a mistake at this stage could have serious consequences. The passengers begin boarding while the ramp agents are still busy loading the luggage. In the cockpit, the pilots run through the planned departure route and decide what to do in the case of engine failure – we are prepared for all eventualities. Then we request clearance from the tower and start going through our first checklists to ensure the proper functioning of all systems. We receive the final number of passengers on board and the cargo doors close. By now we know our exact takeoff weight and can finalize our calculations. Just before starting the engines, we go through the final checklist. LH 494 pushes back right on time. Ten minutes later, we receive clearance from the tower and the runway is ours. We climb steadily for three minutes through thick cloud on this cold, January day but emerge suddenly into bright sunlight, leaving the hustle and bustle of the airport far below. Over the course of the next ten and a quarter hours we ferry our passengers safely over Greenland and across a sea of ice toward Vancouver on the west coast of Canada. ■

Den Himmel fest im Blick

Sie kennen den Luftraum über Amerika, Asien und Afrika genau – und bleiben doch am Boden: Lufthansa Dispatcher berechnen Flugrouten für Langstreckenflüge. Das *Lufthansa Magazin* hat einer Mitarbeiterin in der Basis in Frankfurt über die Schulter geschaut

Eye on the sky

They are very familiar with the airspace over Asia, Africa and the Americas, but only from the ground. Flight dispatchers are responsible for planning long-haul flights. We visited the Lufthansa base in Frankfurt to find out exactly what a dispatcher does

Autor Felix Bach **Fotos** Alexandra Lechner

Planung ist alles: Lufthansa Dispatcherin Christine Blüml stellt für jeden Langstreckenflug ein „briefing package“ zusammen, ein rund 50 Seiten starkes Dossier mit allen relevanten Flugdaten. Auf detaillierten Luftraumkarten markiert sie Flugstrecken

Planning is key: Lufthansa dispatcher Christine Blüml puts together a briefing package of about 50 pages of flight data. She marks the routes on airspace maps

Lufthansa Dispatcherin Christine Blüml, 36, im Operations Control Center in Frankfurt. Für täglich rund 200 Langstreckenflüge werden hier die Flugpläne und Routen erstellt
Lufthansa dispatcher Christine Blüml, 36, at the Operations Control Center in Frankfurt. Every day, dispatchers calculate routes and compile flight plans here for around 200 Lufthansa flights

Über der Karibik braut sich was zusammen. Aus einem einfachen Tiefdruckgebiet ist gerade der Hurrikan „Emily“ geworden, jetzt nimmt er Kurs auf den US-Bundesstaat Florida. Währenddessen tost der Taifun „Miufa“ mit Windgeschwindigkeiten von rund 200 Stundenkilometer über dem Ostchinesischen Meer, bald schon könnte er die Millionenmetropole Schanghai erreichen. „Sieht ganz schön ungemütlich aus“, sagt Lufthansa Dispatcherin Christine Blüml und deutet auf einen großen Flachbildschirm, der abwechselnd Satellitenbilder der beiden Tropenstürme zeigt. „Derzeit sind unsere Flugrouten zwar weder von ‚Emily‘ noch von ‚Miufa‘ betroffen“, erklärt Blüml, „das kann aber schon morgen anders aussehen. Eine Crew, die heute nach Schanghai fliegt, sollte sich auf einen etwas längeren Aufenthalt einstellen.“

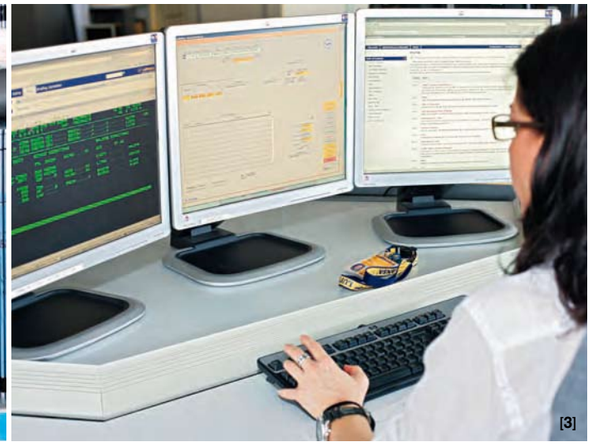
Mit ihren Kollegen stellt die 36-Jährige in der Basis von Lufthansa am Frankfurter Flughafen sicher, dass die betroffenen Crews solche Informationen erhalten. In jeder Schicht arbeiten hier bis zu zehn Dispatcher gleichzeitig, ihr Großraumbüro ist rund um die Uhr besetzt. Für täglich circa 200 Langstreckenflüge stellen die *Flight Operations Officer* – so lautet die offizielle Berufsbezeichnung – ein jeweils etwa 50 Seiten starkes „briefing package“ zusammen. Kernstück dieser Dossiers, die aus scheinbar endlosen Buchstaben- und Zahlenreihen bestehen: eine vollständig durchgerechnete Flugstrecke. „Wir umfliegen Stürme, schlechtes Wetter und politisch unstabile Gebiete“, sagt Blüml, „aber selbst bei besten Bedingungen kann man nicht einfach die kürzeste Verbindung zwischen zwei Orten wählen.“ Weltweit wird der Flugverkehr über ein Netz virtueller Luftverkehrsstraßen geleitet, „von denen man nur in bestimmten Ausnahmefällen abweichen darf“, erklärt sie.

Es ist 14.20 Uhr, Blüml berechnet den Kurs für Flug LH432. Um 17.35 Uhr soll eine Boeing 747-400 mit 301 Passagieren von Frankfurt nach Chicago starten. Auf drei Bildschirmen ruft die Dispatcherin ständig neue Daten ab, dann faltet sie eine Karte des nordatlantischen Luftraums auf. „Heute sind wir mit großer Entfernung zu den anderen Tracks unterwegs, deshalb können wir kurz vor Grönland eine Abkürzung nehmen“, sagt Blüml. In Chicago ist aber ein leichtes Gewitter vorhergesagt: „Da müssen wir leider durch, kurz vor der Landung wird’s dann ein bisschen holpriger.“

Die Routen für Kurz- und Mittelstreckenflüge berechnet mittlerweile ein Computer, auch für die Langstrecke macht das System mehrere Vorschläge. Dabei werden zahlreiche Kriterien berücksichtigt, oberste Priorität hat natürlich die Sicherheit der Fluggäste. Außerdem muss gewährleistet sein, dass die Maschine pünktlich am Zielort eintrifft und der Flug möglichst wirtschaftlich verläuft. Neben dem Kerosin fallen auch Sondergebühren an, wenn andere Lufträume durchquert werden. „Die System-Vorschläge sind schon wirklich gut, sie lassen sich aber weiter optimieren“, sagt ▶

[1]

[2]


[3]

[1] Bei der Planung wird Blüml von Computern unterstützt, die Routen vorschlagen und berechnen
Flight planning is done with the aid of computers, which calculate routes and suggest which ones to take
[2] Der Flugverkehr weltweit verläuft über ein Netz virtueller Luftstraßen, die auf Karten dokumentiert sind
Maps show the network of virtual flight paths which air traffic follow all over the world
[3] Auf mehreren Bildschirmen laufen die flugrelevanten Daten zusammen
Dispatchers call up relevant flight data on several computer screens at once

There’s something brewing over the Caribbean. A low-pressure area has rapidly morphed into Hurricane Emily, which is now heading straight for the coast of the US state of Florida. Halfway across the world, Typhoon Miufa is raging across the East China Sea at roughly 200 kilometers per hour and could soon reach Shanghai and the millions of people living there. “Those are not very good places to be right now,” says Lufthansa dispatcher Christine Blüml, pointing to the alternating satellite images of tropical storms flashing up on a large, flat-screen monitor in front of her. “None of our routes is currently affected by Emily or Miufa,” the 36-year-old adds, “but the story could be a very different one by tomorrow. Any crew leaving for Shanghai today should be prepared for a longer layover.”

Blüml and her colleagues at the Lufthansa base at Frankfurt Airport are responsible for making sure that this kind of information reaches the crews it affects. The dispatchers, officially designated “flight operations officers,” work round the clock in shifts, eight to ten people “manning” the open-plan office at any one time, and putting together briefing packages for approximately 200 long-haul flights each day.

The main element of these packages, which consist of 50 or so pages of what appear to be endless rows of letters and numbers, is a fully calculated route. “We detour storms, bad weather and politically unstable areas,” says Blüml, “but even when conditions are ideal, you cannot always choose the shortest route between two points.” Air traffic all over the world is directed via a network of virtual flight paths, or airways, “from which flights are permitted to deviate only in certain situations,” the dispatcher adds.

It’s 2:20pm and Blüml calculates the flight plan for Lufthansa flight LH 432, a Boeing 747-400 with 301 passengers on board that is scheduled to leave Frankfurt for Chicago at 5:35pm. After calling up a steady flow of new data onto three screens, she unfolds a map of the North Atlantic air space. “We’re quite a distance from other flight tracks today so we can take a short cut just before reaching Greenland,” Blüml explains. Light thunderstorms are forecast for Chicago, but “there’s no way to avoid them. Things will get a little bumpy just prior to landing.”

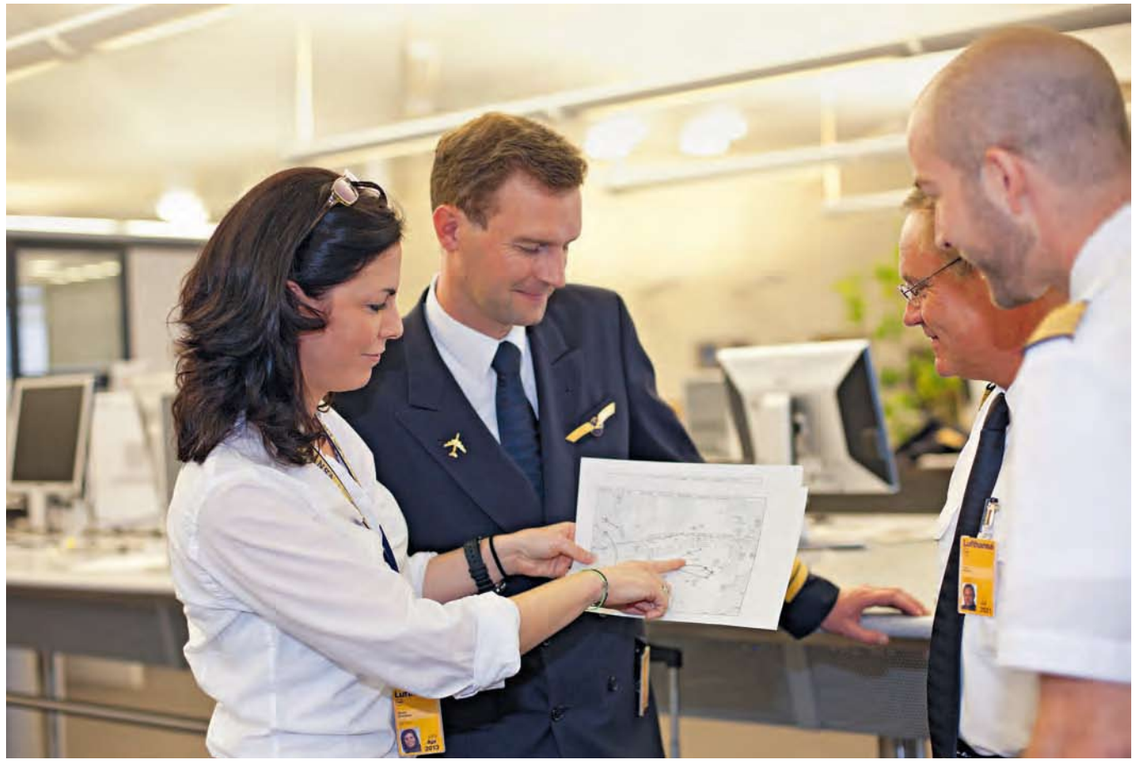
Computers are used to calculate short and medium-haul flights and to throw out suggestions for long-distance ones. They take numerous criteria into account, but passenger safety is the most important thing of all. Flight plans must be calculated to ensure that a flight arrives on schedule and operates as economically as possible, too. Kerosene is only part of the equation. Dispatchers have to factor in the extra charges levied for passing through foreign air space, too. ▶▶

[1] Das umfassende Kartenmaterial hilft, auch die Ausweichflughäfen für jede Strecke zu bestimmen
Detailed maps help to identify alternative airports along any given route
[2] In der Hurrikan-Saison müssen Flüge oft kurzfristig neu berechnet werden – Routine für die Dispatcher
During the hurricane season, recalculating flights at short notice is all part of a day's work for the dispatchers
[3] Hurrikan „Emily" nimmt Kurs auf Florida, Blüml stellt sicher, dass LH 432 den Sturm weiträumig umfliegt
As Hurricane Emily veers toward Florida, Blüml ensures that flight LH 432 gives the storm a wide berth

[2]

[1]

[3]


Vor dem Take-off: Dispatcherin Blüml bespricht mit Kapitän Michael Koch (2. v. r.) und seinen Co-Piloten den bevorstehenden Flug LH 432 nach Chicago
Pre-flight briefing: Dispatcher Christine Blüml discusses the upcoming flight to Chicago with Captain Michael Koch (second from right) and his copilots

[d] Blüml. Landet ein Flugzeug früher als geplant, kann noch ein Luftraum mit hohen Gebühren umflogen werden. „Falls aber ein Umweg dazu führen würde, dass die Maschine verspätet ankäme, nehmen wir die Mehrkosten in Kauf", erklärt sie die Prioritäten.

Dass sie immer ganz genau weiß, wie sich die komplexen Datenreihen auf den Bildschirmen in der Praxis auswirken, verdankt Blüml ihrer Ausbildung. Wer Dispatcher werden will, muss erst einen der begehrten Plätze an einer Luftfahrtschule ergattern – und dort zunächst den gleichen Stoff bewältigen wie angehende Piloten. Insgesamt 13 Fächer stehen auf dem Stundenplan, darunter Flugzeugkunde, Meteorologie und Luftrecht. Etwa eineinhalb bis zwei Jahre dauert die Ausbildung zum lizenzierten Flugdienstberater. Die Dispatcher-Azubis lernen auch, eine Liste möglicher Ausweichflughäfen für den Bedarfsfall zu erstellen. Dies gehört zur Standardprozedur, unabhängig von den Wetterbedingungen, die am Zielort erwartet werden. Für den Chicago-Flug schlägt Blüml nun Milwaukee, Indianapolis, Detroit und St. Louis vor. Entlang der gesamten Flugroute listet sie ebenfalls eine Reihe von Airports auf, die im Fall einer außerplanmäßigen Zwischenlandung infrage kämen. Mit schnellen Mausklicks lässt sie sich für jeden der Flughäfen umfangreiche Datenblätter anzeigen: Wettervorhersage, Länge der Landebahn, örtliche Besonderheiten. Zwar werden diese Daten äußerst selten tatsächlich von einer Cockpit-Crew gebraucht, bei Bedarf müssen sie aber sofort verfügbar sein. „Nur so ist der Kapitän in der Lage, binnen weniger Sekunden ein neues Ziel zu wählen", sagt Blüml.

Zum Schluss ermittelt sie noch, wie viel Treibstoff auf dem Flug verbraucht wird. „Mit jeder Tonne Zusatzgewicht erhöht sich der Verbrauch", erklärt sie, „man kann also nicht einfach volltanken." Nach rund 35 Minuten hat sie die Strecke und den Treibstoffverbrauch berechnet – und klickt mit ihrer Maus gleich die nächste Verbindung an: Fast zwei Stunden vor seinem Start ist der Flug LH 432 für Blüml abgehakt. „Nur in Sonderfällen treffe ich mich persönlich mit den Piloten", sagt die Dispatcherin, „beispielsweise wenn sich in der Hurrikan-Saison manche Dinge doch besser im direkten Gespräch erklären lassen." In der Regel sprechen die Unterlagen aber für sich. Und so druckt sich Michael Koch, Kapitän der 747, das fertige „briefing package" wenige Minuten später selbst aus. Nach einem kurzen Gespräch mit Blüml arbeitet er es mit seinen beiden Co-Piloten durch. Theoretisch kann die Chicago-Crew noch bis zu ihrer Landung Kontakt mit Christine Blüml oder einem Kollegen in der Nachtschicht aufnehmen, etwa um bei kurzfristigen Kursänderungen den Treibstoffverbrauch neu berechnen zu lassen. „Aber normalerweise hören wir von den Piloten nichts mehr", sagt Blüml, „dann wissen wir, dass alles nach Plan läuft – und dass wir gute Arbeit geleistet haben." ■

[e] "The system's suggestions are really quite good, but they can always be improved on," remarks Blüml. If it turns out that an aircraft will land earlier than originally planned, then there's time to divert it around expensive airspace. "But if flying a detour would mean arriving late, then we would end up incurring extra costs," she explains.

Thanks to the excellent training they receive, Lufthansa dispatchers always know exactly how to interpret the rows of complicated data on their screens. In order to become a dispatcher, applicants have to secure a coveted place at a flight school, where they begin by taking the same courses as an upcoming pilot. The curriculum covers 13 different subjects, including general aircraft knowledge, meteorology and aviation law. Becoming a licensed flight operation officer usually takes one-and-a-half to two years. One of the things trainee dispatchers learn is to put together a list of alternative airports at which the pilot could land in an emergency. This is standard procedure and lists are compiled regardless of the weather conditions at any given destination. Blüml suggests Milwaukee, Indianapolis, Detroit and St. Louis as alternatives close to Chicago. She also lists airports that are situated along the route in case an unscheduled stopover is necessary. Clicking her mouse quickly, she calls up extensive information about each airport: weather forecast, length of runway, local particularities. Cockpit crews don't actually need such data very often, but it should be available just in case. "This enables the captain to choose a new destination within a matter of seconds," Blüml says.

The last thing the dispatcher does is to calculate the amount of fuel that will be required for the flight. "Fuel consumption increases with every extra ton of weight," she explains, "so you can't just fill up the tanks." Thirty-five minutes later she has finished both flight route and fuel calculations and is now mouse-clicking to the next flight. Approximately two hours before it is scheduled to depart, LH 432 is ready to go, as far as Blüml is concerned. "I only meet with pilots personally under special circumstances," Blüml tells us, "like during hurricane season. Some things are easier to explain face to face." For the most part, however, the documents speak for themselves.

A couple of minutes after receiving his briefing package, Michael Koch, the captain of the 747, prints it out. He discusses a few details with Blüml before going over it with his copilots. Theoretically, the Chicago crew could contact Christine Blüml or one of her colleagues on the night shift at any time during the flight if they needed to make a snap decision and required a new fuel calculation, say, but "we don't normally hear from the pilots again, which means that everything is going according to plan – and that we've done a good job." ■

Das bunte Blech aus New York

Wie sich der Musiker Roger Cicero im Central Park eine Kaffee-Reklametafel für seine Küche besorgte

Perky plaque for a coffee connoisseur

How Roger Cicero went for a walk in the park and came home with a sign to hang on his kitchen wall

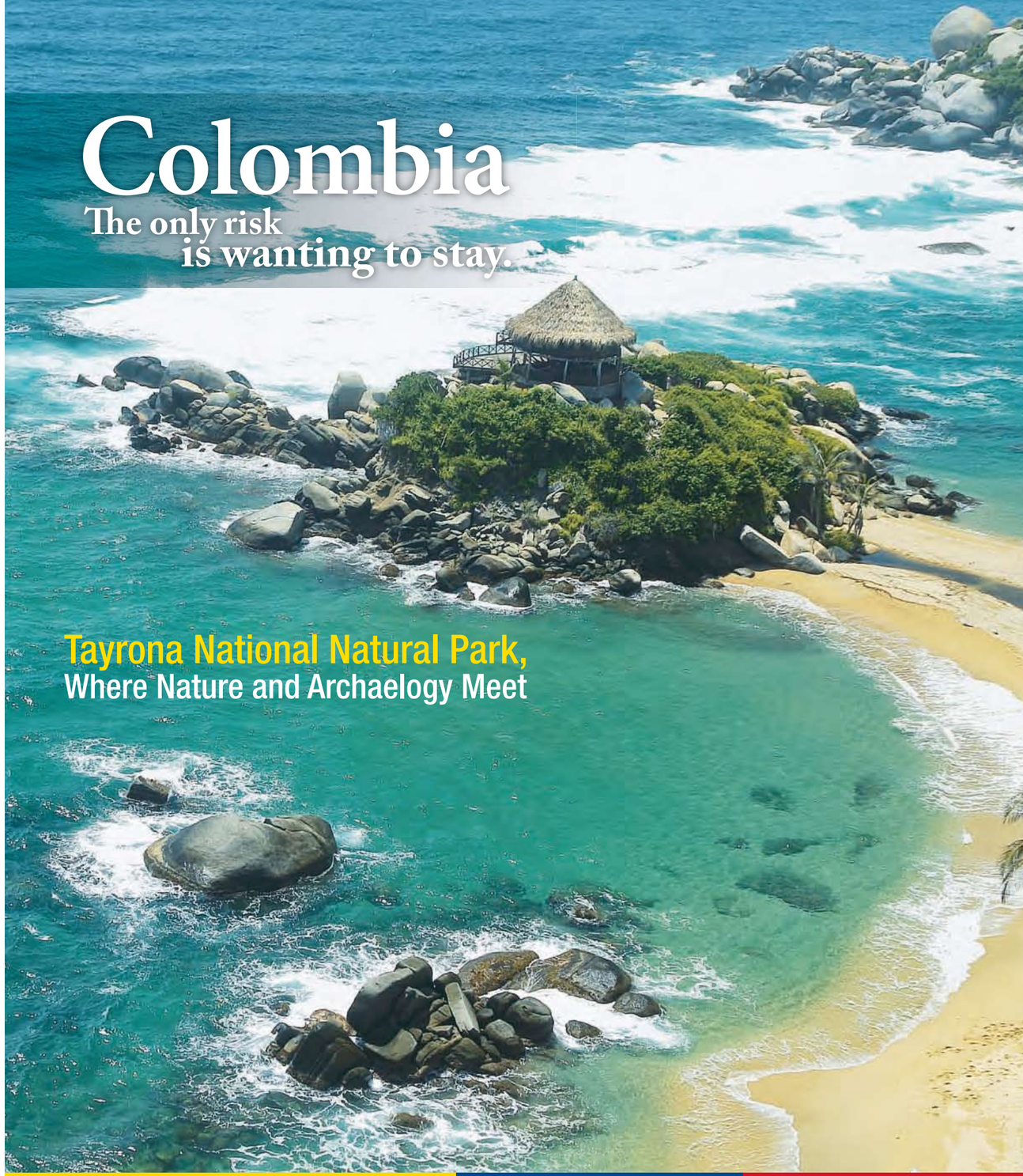
Ich liebe Kaffee. Ohne ihn komme ich morgens nur schlecht in die Gänge. Meine Eltern ließen mich schon mit zehn, elf Jahren probieren, aber nur mit viel Milch und Zucker. Trotzdem bin ich heute keiner, der sich 20 Tassen am Tag reinhaut. Ich trinke auch bei Stress höchstens drei bis vier Cappuccini. Filterkaffee habe ich allerdings immer schon gehasst. Neulich war ich zum ersten Mal in meinem Leben in New York. Wir haben das Video zu meiner neuen CD gedreht und waren vier Tage dort. Ich war völlig überwältigt und lief wie elektrisiert durch die Stadt. Am letzten Tag bin ich mit meinem Manager durch den Central Park geschlendert. Dort kamen wir an einen Souvenirstand, wo Blechplattendrucke mit Werbung aus vergangenen Jahrzehnten verkauft wurden. Mir fiel gleich eine bunte Blechplatte mit einer Reklame für Kaffee ins Auge, und ich habe sie sofort gekauft. Ich kam mir zwar wie ein dusseliger Tourist vor, als ich damit durch die Gegend marschierte, aber das war mir in dem Moment egal. Jetzt hängt das Motiv bei mir zu Hause, in meiner Küche, neben der Espressomaschine. Das passt sehr gut. Meine Maschine ist eine „Vibienne“, elektronisch gesteuert, ein echter Schatz. Da lässt sich alles wunderbar einstellen, von der Mühlenjustierung bis zur Durchlaufgeschwindigkeit. Sogar die Temperatur. Milch muss zum Beispiel unter 65 Grad Celsius bleiben, was in den meisten Cafés falsch gemacht wird. Und die Wassertemperatur ist bei mir stets auf 105 Grad Celsius eingestellt. So mag ich meinen Kaffee am liebsten. Und dabei guck ich auf das schöne Schild aus New York.

I absolutely love coffee. I need it to wake me up and get me going in the mornings. My parents introduced me to the stuff when I was ten or eleven years old, but only with lots of milk and sugar, of course. I'm not a heavy coffee drinker, though, not one of those people who can down 20 cups a day or anything like that. Even when I'm under pressure, I stick to three or four cappuccinos tops. I've always hated filter coffee, by the way. Not so long ago, I flew to New York for the first time ever. We spent four days there, shooting the video to accompany my new CD. The city totally bowled me over. I wandered the streets in a state of high excitement the whole time. On the last day, my manager and I decided to take a stroll through Central Park. On our walk, we came across a souvenir stand selling antique metal advertising signs. I immediately noticed the one advertising coffee, so I bought it, I just couldn't resist. I felt a little like a dumb tourist, walking around with it under my arm, but I didn't care. Back home in Germany, I hung the sign on the wall in my kitchen right next to the espresso machine, and it's the perfect place. I've got an electronic Vibienne espresso machine, it's great. You can adjust everything from the grinder to the speed at which the water passes through to the temperature, of course. Milk, for instance, shouldn't be heated more than 65°C, something they get wrong in most cafes. I always keep the water temperature at 105°C, that's the way I like my coffee best. And while I make it, of course, I get to enjoy my souvenir from New York.

Roger Cicero, 41, ist Pop- und Jazzmusiker. Er wurde in Klavier, Gitarre und Gesang ausgebildet. Nach einem Studium für Jazzgesang gründete er das Roger-Cicero-Quartett, heute ist er Leiter einer elfköpfigen Bigband. 2007 vertrat er Deutschland beim Eurovision Song Contest, ab Februar geht er mit seiner Band auf Tournee; Daten unter *roger-cicero.de*

Roger Cicero, 41, is a pop and jazz musician with musical training in piano, guitar and jazz vocals. In 2003 he founded the Roger Cicero Quartet and is now the leader of an 11-member big band, with which he will tour Germany, Austria and Switzerland starting in February. Dates and details: *roger-cicero.de*

Fotos: Roger Cicero; M. Bothor



PROEXPORT COLOMBIA, TOURISM, FOREIGN INVESTMENT AND EXPORTS PROMOTION.
Tel.:+49-69-13023832 Fax: +49-69-13024719
Fürstenbergerstraße 223 – 60323 Frankfurt am Main
alemania@proexport.com.co
www.colombia.travel

Libertad y Orden
Ministry of Trade, Industry and Tourism
Republic of Colombia

PROEXPORT COLOMBIA
TOURISM, FOREIGN INVESTMENT AND EXPORTS PROMOTION

Miles & More

Miles & More – das führende Vielfliegerprogramm Europas

Miles & More ist mit mehr als 20 Mio. Teilnehmern und über 300 Partnern das führende Vielfliegerprogramm Europas. Nirgendwo sonst haben Sie so viele Möglichkeiten, Meilen zu sammeln und in attraktive Prämien einzutauschen.

Lernen Sie Ihre Meilen kennen

Prämienmeilen: Sammeln Sie auf Reisen und im Alltag wertvolle Prämienmeilen. Z. B. auf Flügen unserer Airline-Partner oder im täglichen Leben bei Hotel- und Mietwagen-Partnern, beim Einkaufen und Telefonieren und bei vielen anderen Gelegenheiten. Gesammelte Meilen können Sie für Flüge, Upgrades sowie für Prämien bei vielen weiteren Partnern am Boden einlösen.

Statusmeilen: Mit Statusmeilen, die Sie auf Flügen ausgewählter Airline-Partner sammeln, erreichen Sie einen Vielfliegerstatus als Frequent Traveller* oder Senator.

HON Circle Meilen: Statusmeilen, die für die Ernennung zum HON Circle Member zählen.

Machen Sie Vielfliegerkarriere

Frequent Traveller: Diesen Status sichern Sie sich z. B. schon mit 35.000 Statusmeilen im Jahr.* Mit der silbernen Karte können Sie am Business Class Counter einchecken, haben Zutritt zu den Business Lounges, erhalten einen Executive Bonus von 25 % und vieles mehr.

Senator Status: Senator werden Sie mit 100.000, in Deutschland mit 130.000 Statusmeilen im Jahr. Mit der goldenen Karte genießen Sie zusätzlich zu den Vorteilen eines Frequent Travellers weitere Privilegien wie z. B. Zutritt zu den Star Gold Lounges und First Class Check-in.

HON Circle Member: Ab 600.000 HON Circle Meilen in zwei aufeinanderfolgenden Kalenderjahren werden Sie HON Circle Member und genießen zusätzlich zu den Privilegien für Senatoren z. B. Zugang zu den First Class Lounges und einen Limousinen-Service zum Flugzeug.

Melden Sie sich gleich mit dem Anmeldeformular auf der nächsten Seite zum Miles & More Programm an. Entdecken Sie die faszinierende Welt des Meilensammelns und -einlösens auch unter **www.miles-and-more.com**.

*Sichern Sie sich 2012 den Frequent Traveller Status noch einfacher: Schon mit 30 Linienflügen bei teilnehmenden Airline-Partnern erreichen Sie den Miles & More Frequent Traveller Status mit vielen Privilegien.

Miles & More – Europe's leading frequent flyer programme

With more than 20 million members and over 300 partners, Miles & More is Europe's leading frequent flyer programme. Nowhere else do you have so many opportunities to earn miles and redeem them for attractive rewards.

Get to know your miles

Award miles: earn valuable award miles when travelling and day-to-day, e. g. on flights with our airline partners, with hotel and rental car partners or when shopping and making phone calls* and on many other occasions. The miles you earn can be redeemed for flights and upgrades as well as for awards with many other partners on the ground.

Status miles: with status miles, which you earn on flights with selected airline partners, you can achieve a frequent flyer status as a Frequent Traveller** or Senator.

HON Circle miles: are status miles earned with small number of selected partner airlines which count towards your appointment as a HON Circle Member.

Pursue a frequent flyer career

Frequent Traveller status: you will achieve this if you earn just 35,000 status miles in a calendar year**. With your silver card you can check in at the Business Class counter, enter Business Lounges, receive an additional 25 % miles known as an Executive Bonus and much more.

Senator status: you become a Senator by earning 100,000 (or in Germany, 130,000) status miles in a calendar year. With your gold card you will enjoy all the benefits of Frequent Traveller status, plus extra privileges such as access to the Star Gold Lounges and First Class check-in.

HON Circle Member status: when you earn 600,000 or more HON Circle miles in two consecutive calendar years, you will become a HON Circle Member and, in addition to Senator privileges, enjoy access to First Class Lounges and a limousine service to the aircraft, for example.

Join the Miles & More programme now using the registration form on the following page. You can also discover the fascinating world of earning and spending miles at **www.miles-and-more.com**.

*In certain countries only.
**In 2012 it is even easier for you to become a Frequent Traveller: you can achieve Miles & More Frequent Traveller status with its many privileges after just 30 scheduled flights with participating airline partners.

Ethiopian Airlines has joined 26 other world-class airlines.
So whether I'm running marathons or my global business,
it's now easier to travel throughout Africa and beyond.
I've earned it.

Haile Gebreselassie
4 times world champion athlete,
holder of 27 world records
and Star Alliance Gold Status.

staralliance.com

ADRIA
AEGEAN
AIR CANADA
AIR CHINA
AIR NEW ZEALAND
ANA
ASIANA AIRLINES
Austrian
Blue1
British Midland International
brussels airlines
CROATIA AIRLINES
EGYPTAIR
Ethiopian
LOT POLISH AIRLINES
Lufthansa
Scandinavian Airlines
SINGAPORE AIRLINES
SOUTH AFRICAN AIRWAYS
Spanair
SWISS
TAM
TAP PORTUGAL
THAI
TURKISH AIRLINES
UNITED
U·S AIRWAYS

STAR ALLIANCE
THE WAY THE EARTH CONNECTS ™

service
Düsseldorf
Airport
Deutschland

Der Flughafen Düsseldorf International ist nach Frankfurt und München der drittgrößte Airport Deutschlands. Im Jahr 2010 reisten knapp 19 Millionen Passagiere über das wichtige Drehkreuz in Nordrhein-Westfalen, das nur sechs Kilometer nördlich vom Düsseldorfer Stadtzentrum liegt. Der Flughafen ist mit zwei Start- und Landebahnen sowie einer Querwindbahn ausgestattet und hat mit 87 Metern den höchsten Kontroll-Tower Deutschlands.

Düsseldorf International (DUS) is the third-busiest airport in Germany after Frankfurt and Munich. The North Rhine-Westphalian airline hub, which is situated just six kilometers north of downtown Düsseldorf, handled almost 19 million passengers in 2010. The airport has two parallel runways and one cross-wind runway as well as an 87-meter-high air-traffic control tower, the tallest of its kind anywhere in Germany.

IATA-Code: DUS
Eröffnet: 1927
Beschäftigte: ca. 17 500
Passagiere im Jahr 2010: 18,98 Millionen
Luftfracht 2010: 100 398 t
Terminals: 3 (A, B und C)

Year opened: 1927
Employment: total of approx. 17 500
Passengers in 2010: 18.98 million
Air freight in 2010: 100 398 tons
Number of terminals: 3

Foto: Ansgar van Treek/ Düsseldorf International

Star Alliance

Im Mai 1997 von fünf renommierten internationalen Fluggesellschaften gegründet, entwickelte sich die Star Alliance mit inzwischen 27 Mitgliedern zur führenden Luftverkehrsallianz der Welt. Mit etwa 21 000 Flügen am Tag verbindet sie derzeit 1160 Flughäfen in 181 Ländern. Weltweit stehen rund 970 Lounges für Kunden mit Gold Status der Star Alliance Mitglieder bereit.
The Star Alliance network was founded by five international airlines in May 1997. Today, the world's leading airline alliance has 27 members operating some 21 000 flights every day and connecting 1160 airports in 181 countries. Customers with Star Alliance Gold status can take advantage of 970 airport lounges across all member carriers.

Lufthansa Regional

Ein optimales Flugnetz, ein Höchstmaß an Sicherheit sowie die von Lufthansa gewohnten Qualitätsstandards an Bord und am Boden – das sind die Markenzeichen von Lufthansa Regional.
Lufthansa Regional is an airline alliance serving regional routes. It stands for tight, optimized route networks, excellent standards on board and the ultimate in airline safety.

HelpAlliance: Kleines Geld für große Hilfe

HelpAlliance e. V. wurde 1999 von Lufthanseaten gegründet und ist eine private, politisch und konfessionell unabhängige Hilfsorganisation. Passagiere auf Lufthansa Langstreckenflügen können Münzen und Scheine in allen Währungen für die weltweiten HelpAlliance-Projekte spenden. Spendenumschläge für diesen Zweck befinden sich an Bord. Ein kurzer Film informiert im Rahmen der Lufthansa Media World. Weitere Informationen unter www.help-alliance.com

Small change – it's a big help
HelpAlliance is a private, non-political and non-denominational aid organization that was founded by Lufthansa employees in 1999. Passengers on long-haul Lufthansa flights can donate coins and bills in any currency to support HelpAlliance projects worldwide. Donation envelopes are available on board. Lufthansa Media World also shows a short informational film. For details, visit:
www.help-alliance.com

Spendenkonto
Donations:
HelpAlliance e. V., Kto. 200 029 223,
BLZ 500 502 01
IBAN DE89 5005 0201 0200 0292 23,
BIC: HELADEF1822

HelpAlliance
Lufthanseaten engagieren sich

Flyrobic

Bleiben Sie fit auch während des Fluges! Unser Flyrobic-Video zeigt Bewegungsübungen, die bequem im Sitzen durchgeführt werden können. Insgesamt 12 animierte Übungen laden Passagiere an Bord der Lufthansa Langstreckenflotte zum Mitmachen ein: zum Beispiel Übungen zur Mobilisation der Füße, zur Stärkung des Oberkörpers und Streckung des Rückens, zur Beweglichkeit und Mobilisation der Schultern sowie zur Entspannung. Das Flyrobic-Video ist in acht Sprachen auf Flügen mit Inseat Screens in der Rubrik FlyLufthansa abrufbar und auf den meisten Flügen mit Overhead Monitor zu sehen.

Passengers wishing to keep fit on long-haul flights are invited to watch our Flyrobics video. It shows you 12 exercises you can do right from your seat. Some help to keep the circulation going in your feet, others help to stretch and strengthen your back muscles while yet others keep your shoulders flexible and relaxed. The video is available in eight languages in the FlyLufthansa section of your in-seat screen on flights that have them. It can also be viewed on most flights with overhead monitors.

Foto: Jens Görlich

Informationen für Fluggäste

Handgepäck Sie können ein Stück Handgepäck (bis zu 55 x 40 x 20 Zentimeter oder einen Kleidersack bis zu 57 x 54 x 15 Zentimeter Umfang und acht Kilogramm Höchstgewicht, Größe bitte im Konturrahmen prüfen) mit an Bord nehmen, als Gast der First oder Business Class in der Regel sogar zwei. Bei Flügen mit Lufthansa Regional ist nur die Mitnahme eines Handgepäckstücks möglich. Zusätzlich bieten wir auf kleinem Fluggerät die Möglichkeit, Handgepäck direkt am Flugzeug verladen zu lassen. Flüssigkeiten dürfen nur in höchstens 100 Milliliter großen Behältnissen mitgenommen werden, die in einem maximal einen Liter fassenden, wiederverschließbaren, durchsichtigen Plastikbeutel verstaut sein müssen.
Gepäck Gemäß internationalen Sicherheitsvorschriften dürfen Fluggäste keine Waffen, Gefahrengüter, Explosivstoffe, flüssige, komprimierte oder giftige Gase, entflammbare Flüssigkeiten, leicht entzündbare oder selbstentzündliche Feststoffe und Streichhölzer mitführen.
Spitze Gegenstände können an den Sicherheitskontrollstellen vom Personal einbehalten werden. Bitte haben Sie Verständnis, dass Lufthansa dafür keine Haftung übernehmen kann.
Elektronische Geräte Die Benutzung von Mobiltelefonen an Bord ist nicht gestattet. Dies gilt auch für Funkgeräte und ferngesteuertes Spielzeug. Videokameras, Laptops, MP3-Player, CD-Player und Computerspielzeug können Sie an Bord benutzen, solange die Anschnallzeichen ausgeschaltet sind.
Telefonieren an Bord Auf Langstreckenflügen können Sie mit einer gültigen Kreditkarte über ein Kartentelefon telefonieren.
Genuss von Alkohol Es ist nicht gestattet, an Bord gekauften oder mitgebrachten Alkohol an Bord zu konsumieren. Jugendlichen bis 16 Jahren oder alkoholisierten Passagieren schenken wir grundsätzlich keinen Alkohol aus.
Rauchen an Bord Alle Lufthansa Flüge sind Nichtraucherflüge.
Wir wünschen Ihnen einen angenehmen Flug!

Passenger Information

Carry-on baggage Passengers may take one piece of hand baggage (22 x 16 x 8 in.) or one garment bag (22 x 21 x 6 in. up to 8 kg) on board. First and Business Class passengers are generally allowed two pieces. Only one is allowed on Lufthansa Regional flights. Liquids must be carried in containers not exceeding 100 ml each and placed in a transparent, reclosable plastic bag with a maximum capacity of one liter.
Baggage International safety regulations prohibit passengers from carrying weapons or other dangerous items such as explosives; liquid, compressed or poisonous gases; flammable liquids and easily ignited or self-igniting solids, and matches.
Sharp objects Lufthansa accepts no liability for sharp objects confiscated at security checkpoints.
Electronic devices Lufthansa doesn't allow the use of cell phones on board. The same goes for transmission devices and remote-control toys. Video cameras, laptops, mp3 players, CD players and computer toys are allowed but only when the Fasten Seat Belts sign is off and provided they do not interfere with the on-board electronics.
On-board telephone calls A valid credit card is all you need to make calls on long-haul flights.
Alcohol consumption Passengers are not permitted to consume on board any alcohol they have brought with them or purchased while on board. Alcohol will not be served to anyone under 16 or to passengers who are intoxicated.
Smoking All flights are non-smoking flights.
Enjoy your flight!

Customer Relations Offices:

Lufthansa Reservierung **Reservations:**
Tel. +49 (0)1805-805 805*

Deutschland **Germany**
Deutsche Lufthansa AG
Kundendialog, 33322 Gütersloh
Fax: +49 (0)1805/83 80 05*

Europa **Europe**
Zentrale Anschrift für Ihr Anliegen in einer europäischen Sprache Ihrer Wahl
Centralized address for feedback in the European language of your choice:

Lufthansa German Airlines
Customer Feedback
PO Box 1289
Liverpool L69 3AX
Fax: +49- (0)1805/83 80 50*

Nordamerika **North America**
USA
Lufthansa Customer Relations
P.O. Box 425/East Meadow, N.Y. 12554
lufthansa-usa.com/crus

Kanada **Canada**
Lufthansa Customer Relations
P.O. Box 939, 31 Adelaide Street East
Toronto ON M5C 2K3
lufthansa-ca.com/crca

Asien **Asia**
Singapore, Australia, New Zealand
Lufthansa German Airlines
Customer Relations Center South
East Asia & Pacific
P.O. Box 12717/A'Beckett St.
Melbourne VIC, 8007
Fax: +61-3/86 23 61 69
CR.MELXR@dlh.de

China
Customer Relations
3rd Floor, Building One
Corporate Avenue
No. 222 Hubin Road
Shanghai 200122,
Fax: +86-21/63 40 66 98
crc-greaterchina@dlh.de

Indien **India**
Lufthansa German Airlines,
Sahar International Airport, Terminal 2,
Customer Relations
Mumbai – 400099
crelation.in@dlh.de

Japan
Customer Relations 3-1-13, Shiba Koen,
Minato-Ku, Tokyo 105-0012
Fax: +81-3/54 02 52 26

Andere Länder **Other countries**
In allen anderen Ländern wenden Sie sich bitte an die nächstgelegene Niederlassung
In all other countries please contact your nearest Lufthansa office.

* 0,14 Euro/Min. aus dem deutschen Festnetz. Preise aus dem Mobilfunknetz maximal 0,42 Euro/Min.
* 0.14 euros/min. from German landlines. Calling charges from German mobile networks max. 0.42 euros/min.

Airbus A319: Wahre Größe kommt von innen

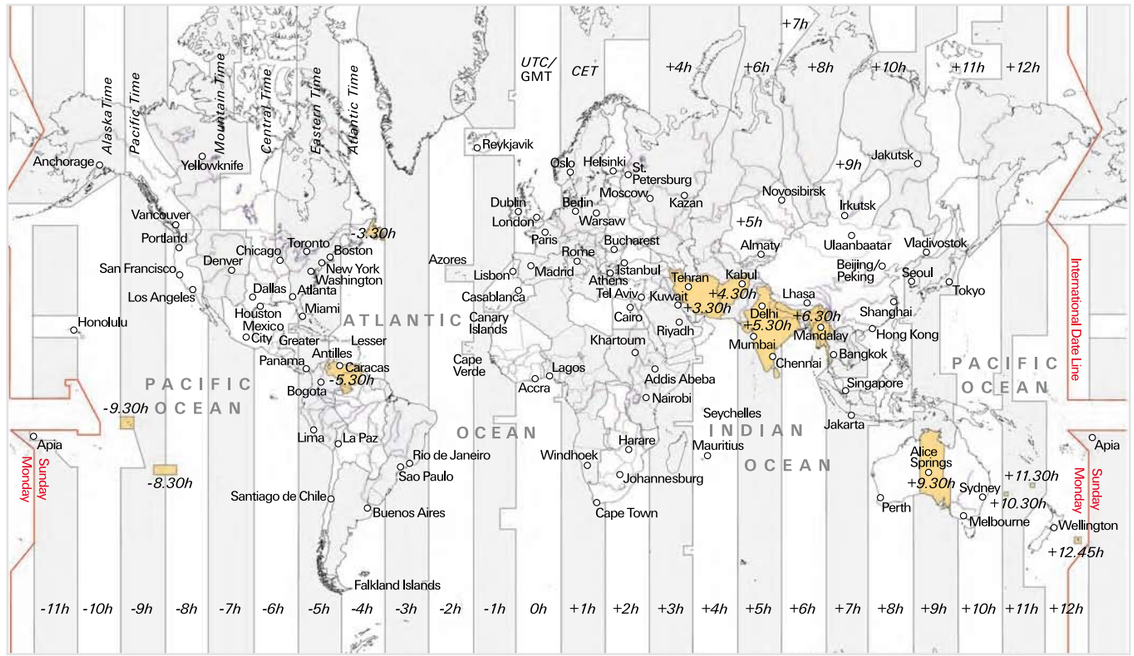
Der Airbus A319 gehört zu den kleineren Mitgliedern der sehr erfolgreichen A320-Flugzeugfamilie, die aus den Mustern A318 bis A321 besteht. Mit einer Rumpflänge von knapp 34 Meter ist der Jet damit 3,8 Meter kürzer als sein großer Bruder, das Basismodell A320. Die Gemeinsamkeiten mit den „Geschwistern" zeigen sich in vielen Bereichen: So können Piloten, die eine A319 fliegen, auch alle anderen Muster der Flugzeugfamilie steuern; bei Wartungsarbeiten erspart die Ähnlichkeit viel Aufwand und somit auch Kosten. Und die Fluggäste können sich über ein überraschend großzügiges Raumgefühl freuen.

Small but spacious The Airbus A319 is one of the more diminutive members of the thriving A320 family, which includes the models A318 through A321. The A319's fuselage – which isn't quite 34 meters long – is 3.8 meters shorter than that of its big brother, the basic A320 model. Otherwise, there's not much of a difference between the two. A pilot trained to fly an A319 can easily fly any other member of the family, and because the planes are all so similar, maintenance procedures can be carried out more easily – and less expensively, too. What's more, passengers appreciate the surprisingly spacious feel of the jet's interior.

Die Lufthansa Flotte	Airbus A380-800	Boeing 747-400	Airbus A340-600	Airbus A340-300	Airbus A330-300	Boeing BBJ 737-800 IGW	Airbus A321-200	Airbus A320-200	Airbus A319-100
Anzahl / Total	8	28	24	26	15	3***	56	46	32
Länge / Length	72,7 m	70,7 m	75,3 m	63,7 m	63,7 m	39,5 m	44,5 m	37,6 m	33,8 m
Spannweite / Wingspan	79,8 m	64,4 m	63,5 m	60,3 m	60,3 m	35,8 m	34,1 m	34,1 m	34,1 m
Höhe / Height	24,1 m	19,4 m	17,3 m	16,9 m	16,9 m	12,5 m	11,8 m	11,8 m	11,8 m
Geschwindigkeit/ Cruising speed	907 km/h	907 km/h	890 km/h	875 km/h	875 km/h	840 km/h	840 km/h	840 km/h	840 km/h
Flughöhe maximal / Max. altitude	13100 m	13700 m	12500 m	12500 m	12500 m	12500 m	12000 m	11900 m	11900 m
Max. Startgewicht / Max. takeoff weight	560000 kg	394600 kg	368000 kg	271000 kg	233000 kg	79015 kg	89000 kg	73500 kg	68000 kg
Max. Landegewicht / Max. landing weight	391000 kg	285800 kg	259000 kg	190000 kg	187000 kg	65317 kg	75500 kg	64500 kg	61000 kg
Reichweite / Range*	12000 km	12500 km	12600 km	12700 km	10000 km	9140 km	4350 km	3020 km	3260 km
Kabinenbreite / Cabin width	6,6 m / 5,9 m	6,1 m	5,3 m	5,3 m	5,3 m	3,5 m	3,7 m	3,7 m	3,7 m
First / Business / Economy (max.)**	8/98/420	8/66/270	8/60/238	8/48/165	8/48/165	–/32/60	200	168	138

	Boeing 737-300	Boeing 737-500	Embraer 195	Embraer 190	Avro RJ85	Bombardier CRJ900	Bombardier CRJ700	ATR ATR72-500	Bombardier DH8-Q400
Anzahl / Total	33	22	21	9	5	35	20	11	8
Länge / Length	33,4 m	31,0 m	38,7 m	36,2 m	28,5 m	36,4 m	32,5 m	27,2 m	32,8 m
Spannweite / Wingspan	28,9 m	28,9 m	28,7 m	28,7 m	26,3 m	24,9 m	23,2 m	27,1 m	28,4 m
Höhe / Height	11,1 m	11,1 m	10,6 m	10,6 m	8,6 m	7,5 m	7,6 m	7,7 m	8,3 m
Geschwindigkeit / Cruising speed	795 km/h	795 km/h	833 km/h	833 km/h	760 km/h	820 km/h	820 km/h	500 km/h	640 km/h
Flughöhe maximal / Max. altitude	11300 m	11300 m	12500 m	12500 m	10700 m	12500 m	12500 m	7600 m	7600 m
Max. Startgewicht / Max. takeoff weight	57600 kg	54000 kg	50800 kg	50300 kg	44000 kg	38000 kg	34000 kg	22500 kg	29000 kg
Max. Landegewicht / Max. landing weight	52600 kg	49000 kg	45000 kg	43000 kg	38550 kg	34000 kg	30300 kg	22350 kg	28000 kg
Reichweite / Range*	2000 km	1950 km	2590 km	3390 km	2280 km	2440 km	2310 km	900 km	1200 km
Kabinenbreite / Cabin width	3,5 m	3,5 m	2,7 m	2,7 m	3,4 m	2,6 m	2,6 m	2,6 m	2,5 m
Sitze / Seats (max.)**	140	120	116	100	93	86	70	68	70

Stand im November 2011 // As of November 2011
* bei max. Auslastung // with max. number of bookings; ** abweichende Konfiguration möglich // Configuration may vary; *** operated by PrivatAir



Zeitzonenkarte

Die Abbildung zeigt die Zeitzonen der Welt sowie deren Standardabweichungen von der Universal Time Coordinated (UTC). In vielen Staaten werden die Standardabweichungen im Laufe eines Jahres vorübergehend um eine Stunde verändert (Sommer-/Winterzeit).

Map of time zones

The above illustration shows the world's time zones with their standard variation from Coordinated Universal Time (UTC). In many countries, the standard variations which occur during the course of a year are temporarily modified by one hour (daylight saving time).

European School of Management and Technology, Berlin
ESMT. The business school founded by business.

esmt

25 Global Players
+1 School in Berlin
3,000,000 Careers

FULL-TIME and EXECUTIVE MBA

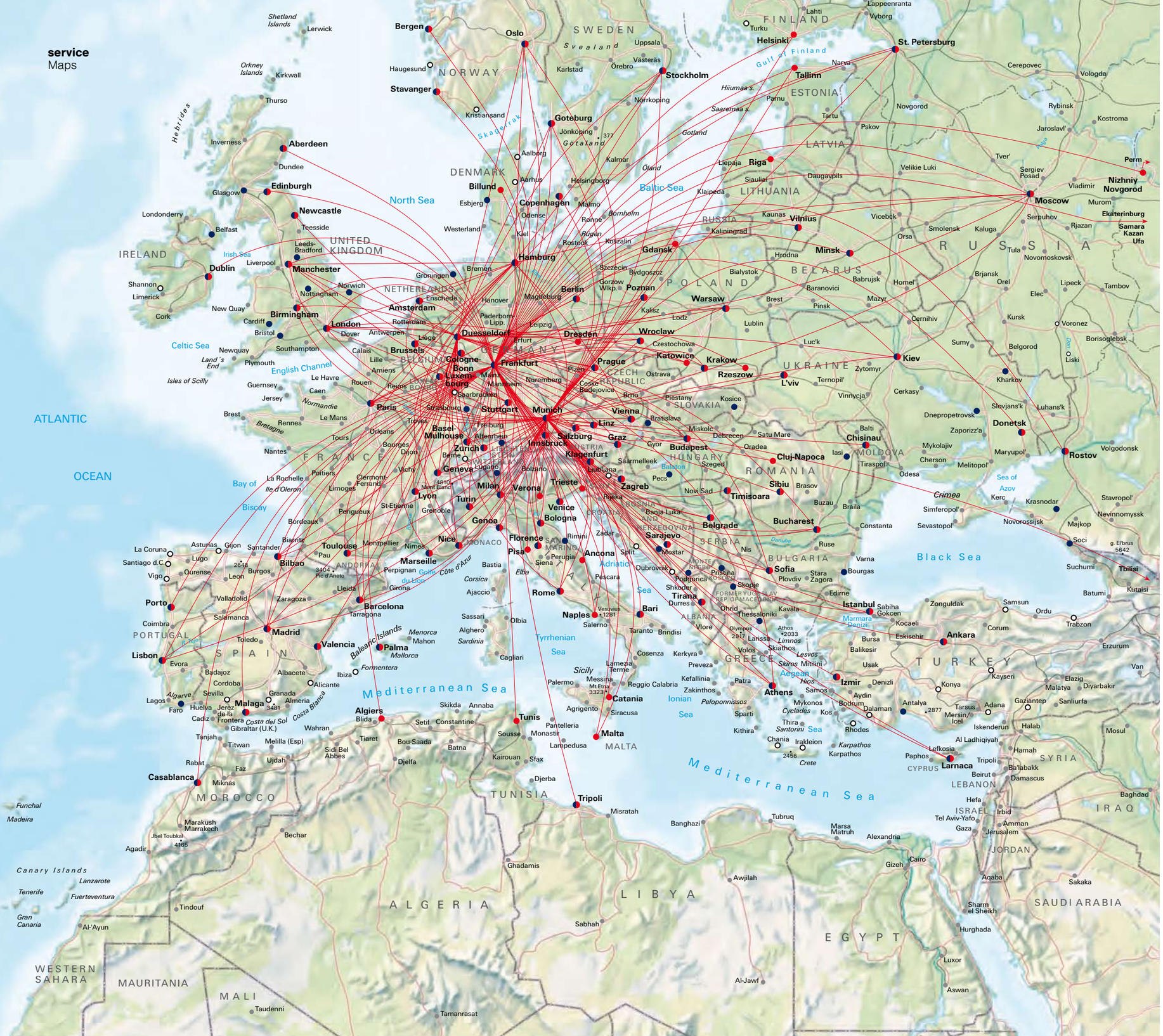
Plug in to the world's most influential industry career network. Experience Berlin. **www.esmt-mba-berlin.org**

Allianz · axel springer · BCG · BDA · BDI · BOSCH · DAIMLER · Deutsche Bank · Deutsche Post DHL · EADS · e.on · GAZPROM · HypoVereinsbank · KPMG · Lufthansa · McKinsey&Company · Munich RE · RWE · SAP · SIEMENS · T · ThyssenKrupp

1:75000000
Maßstab am Äquator
Scale at the equator

© wissenmedia in der inmediaONE] GmbH,
Gütersloh · München · Stuttgart

Lufthansa sells used aircraft seats!
E-mail: juergen.rumstig@dlh.de, Phone: +49 (0) 69/69 69 34 85



Die Streckenkarten zeigen die Verbindungen zwischen Lufthansa Zielorten an. Die Linienführung entspricht nicht der tatsächlich geflogenen Route. Diese wird am Flugtag unter Berücksichtigung verschiedener Faktoren festgelegt. Auf Langstreckenflügen können Sie die genaue Flugroute und Position des Flugzeugs in der Air Show (siehe Entertainment-Seiten) beobachten.

The route maps show the connections between Lufthansa destinations. The lines on these maps do not, however, correspond to the actual routes. These depend on a number of factors and are determined on a day-to-day basis. On long-haul flights, you can follow the exact route and the position of the aircraft in the Air Show (see Entertainment section).

© wissenmedia in der inmediaONE] GmbH,
Gütersloh · München · Stuttgart

- Lufthansa Zielort (Lufthansa + Lufthansa Regional) // Lufthansa destination
- Zielort Lufthansa Verbundairlines (SWISS/Austrian/BMI/Brussels) // Lufthansa partner destination (SWISS/Austrian/BMI/Brussels)
- Zielort Lufthansa + Verbundairlines // Lufthansa and partner destination
- Codeshare Zielort // Codeshare destination
- Verbindung zwischen Lufthansa-Zielorten // Connection between Lufthansa destinations

Kartenmaßstäbe:
- Europa: 1:24000000
- Deutschland: 1:7400000

Scale:
- Europe: 1:24000000
- Germany: 1:7400000

Abuja		**Frankfurt**		**Frankfurt**		**Hamburg**		**Munich**	
Malabo	377	Amsterdam	228	Los Angeles	5786	Frankfurt	257	Kiev	859
Accra		Astana	2667	Luanda	4084	Geneva	539	Klagenfurt	168
Libreville	748	Athens	1223	Lyon	339	Gothenburg	292	Krakow	379
Almaty		Atlanta	4607	Madrid	884	Hannover	82	Larnaca	1452
Astana	602	Baku	2091	Malaga	1230	London	462	Leipzig-Halle	213
Bangkok		Bangalore	4612	Malta	1024	Madrid	1208	Linz	120
Kuala Lumpur	761	Bangkok	5575	Manchester	518	Manchester	504	Lisbon	1234
Ho Chi Minh	460	Barcelona	679	Marseille	483	Milan	558	London City	564
Berlin		Basle	175	Mexico City	5935	Nice	700	London	584
Cologne-Bonn	291	Beijing	4840	Miami	4824	Nuremberg	289	Los Angeles	5968
Dusseldorf	295	Beirut	1763	Milan (Malpensa)	305	Oslo	456	Luxembourg	267
Hamburg	155	Belgrade	655	Milan (Linate)	319	Paris	463	Lviv	558
Nuremberg	233	Bergen	721	Minsk	847	Stockholm	505	Lyon	365
Moscow	1012	Berlin	269	Moscow	1270	Stuttgart	344	Madrid	931
Paris	540	Bilbao	716	Mumbai	4082	Vienna	477	Malta	1133
Stuttgart	320	Billund	395	Munich	186	Zurich	432	Manchester	703
Bogota		Birmingham	477	Munster	150	**Hanover**		Marseille	465
Frankfurt	5635	Bologna	401	Nagoya	5844	Paris	392	Milan	227
Bucharest		Bogota	5635	Nanjing	5352	**Libreville**		Montreal	3813
Frankfurt	900	Boston	3660	Naples	690	Frankfurt	3431	Moscow	1205
Pune	3268	Bremen	209	New York (Newark)	3851	Pointe-Noire	403	Mumbai	3915
Cologne-Bonn		Brussels	190	New York	3837	**London**		Munster	318
London	319	Bucharest	900	Nice	445	Dresden	613	Naples	531
Paris	250	Budapest	450	Nizhniy Nowgorod	1500	Frankfurt	391	New York (Newark)	4031
Dusseldorf		Buenos Aires	7140	Nuremberg	128	**Malabo**		New York	4018
Athens	1244	Cairo	1814	Orlando	4728	Abuja	377	Nice	392
Barcelona	725	Calgary	4668	Osaka	5825	**Miami**		Nuremberg	86
Basle	247	Cape Town	5842	Oslo	710	Dusseldorf	4714	Oslo	819
Bilbao	712	Caracas	5019	Palma (Mallorca)	779	Frankfurt	4824	Paderborn	266
Birmingham	372	Casablanca	1415	Paris	286	**Munich**		Paris	428
Bornholm	216	Chennai	4720	Perm	1955	Amsterdam	412	Pisa	330
Bucharest	1003	Chicago	4332	Philadelphia	3939	Ancona	336	Poznan	358
Budapest	619	Copenhagen	422	Porto	1028	Ankara	1289	Prague	165
Chicago	4218	Dallas-Ft. Worth	5130	Pointe-Noire	3431	Ashgabad	2408	Rostock	385
Dresden	303	Delhi	3804	Poznan	393	Athens	939	Rome	455
Gothenburg	493	Denver	5039	Prague	253	Barcelona	681	San Francisco	5864
Hamburg	212	Detroit	4140	Riga	790	Bari	555	São Paulo	6121
Katowice	539	Dresden	241	Rio de Janeiro	5943	Basle	205	Sarajevo	445
Kiev	1042	Dubai	3005	Rome	598	Beijing	4787	Seoul	5268
Lisbon	1257	Dublin	676	Rostov	1429	Belgrade	472	Shanghai	5445
Leipzig-Halle	236	Dusseldorf	128	Rzeszow	594	Berlin	260	Sibiu	604
Lyon	392	Edinburgh	642	Salzburg	254	Bilbao	786	Sofia	684
Madrid	895	Ekaterinburg	2134	São Paulo	6085	Birmingham	659	Stockholm	809
Manchester	408	Erbil	1994	San Francisco	5685	Bologna	265	St. Petersburg	1082
Miami	4714	Faro	1217	Seattle	5083	Boston	3832	Stuttgart	129
Milan	410	Florence	446	Seoul	5371	Bremen	350	Tallinn	927
Moscow	1302	Friedrichshafen	168	Shanghai	5485	Brussels	372	Tbilisi	1659
Newcastle	435	Gdansk	514	Sofia	868	Bucharest	730	Tel Aviv	1648
New York	3744	Genoa	389	St. Petersburg	1087	Budapest	351	Timisoara	481
Nice	528	Geneva	287	Stavanger	623	Busan	5484	Tirana	615
Nuremberg	227	Gothenburg	548	Stockholm	752	Cairo	1629	Tokyo	5866
Orlando	4622	Graz	378	Stuttgart	97	Catania	771	Toulouse	598
Oslo	638	Guangzhou	5591	Tallinn	913	Charlotte	4568	Trieste	191
Palma	853	Hamburg	257	Tehran	2341	Chicago	4517	Turin	294
Paris	254	Hanover	175	Tel Aviv	1831	Chisinau	801	Venice	199
Prague	339	Helsinki	956	Tokyo	5928	Cluj	563	Verona	203
Rome	704	Hong Kong	5688	Toronto	3939	Cologne-Bonn	272	Vienna	220
Sofia	979	Houston	5230	Toulouse	559	Copenhagen	504	Warsaw	483
Stockholm	716	Innsbruck	230	Tripoli	1222	Delhi	3658	Washington	4242
St. Petersburg	1081	Istanbul	1258	Tunis	915	Donetsk	1291	Wroclaw	483
Stuttgart	209	Johannesburg	5400	Turin	337	Dresden	212	Zagreb	271
Toronto	3822	Katowice	464	Vancouver	5012	Dubai	2831	Zurich	163
Turin	423	Kiev	975	Venice	353	Dusseldorf	302	**Seoul**	
Valencia	887	Klagenfurt	353	Verona	333	Florence	315	Busan	210
Vienna	488	Kolkata	4582	Vienna	385	Gdansk	507	**Stuttgart**	
Warsaw	610	Kuwait	2495	Vilnius	772	Geneva	305	Bilbao	690
Wroclaw	438	Krakow	496	Warsaw	557	Genoa	307	Bremen	301
Zurich	277	Lagos	3022	Washington, D.C.	4075	Gothenburg	643	Brussels	261
Frankfurt		Larnaca	1639	Wroclaw	378	Graz	193	Manchester	593
Abuja	2840	Leipzig-Halle	187	Zagreb	457	Hamburg	373	London	469
Aberdeen	662	Libreville	3431	Zurich	178	Hanover	299		
Accra	3126	Linz	282	**Hamburg**		Helsinki	979		
Algiers	960	Lisbon	1263	Amsterdam	235	Hong Kong	5605		
Almaty	3162	London City	385	Berlin	155	Istanbul	978		
Amman	1892	London	407	Cologne-Bonn	227	Izmir	1020		

Entfernungen

Die Tabelle listet die Entfernungsmeilen für Flüge auf, durchgeführt von Lufthansa, Austrian Airlines Group, LOT Polish Airlines, SWISS und den meisten Miles & More Partnern. Auf weltweiten Flügen werden in der Economy Class je nach Buchungsklasse 50 bis 150 Prozent der Tabellenwerte, in der Business Class 200 Prozent und in der First Class 300 Prozent gutgeschrieben. In Europa gelten feste Meilenwerte, abhängig von der jeweiligen Buchungsklasse. Die tatsächlich gutgeschriebenen Meilenwerte können von den angegebenen Entfernungswerten leicht abweichen. Die Berechnung erfolgt über:
www.miles-and-more.com

Distances

This table indicates distances in miles for flights operated by Lufthansa, the Austrian Airlines Group, LOT Polish Airlines, SWISS and most Miles & More partner airlines. Worldwide flights can earn you 50 to 150 percent of these values in Economy Class, 200 percent in Business Class and 300 percent in First Class. Fixed values connected with a particular booking class apply to flights within Europe. The actual mileage that you earn may vary somewhat from the values given in this table. You can calculate your miles yourself at
www.miles-and-more.com

FRA

Ebene 4 Skyline
Level 4

Übergang zu Terminal 2
Transit to Terminal 2

Ebene 3 Abflug | Fernbahnhof
Level 3 **Departure | Long-distance train station**

Gates B 2-9 (via Ebene 2 **via Level 2**)
Gates Z 11-25

Ebene 2 Check-in | Abflug
Level 2 **Check-in | Departure**

Gates A 1-42
Gates B 1; B 10-13; B 19-48
Gates C 1-20
Einkauf
Shopping

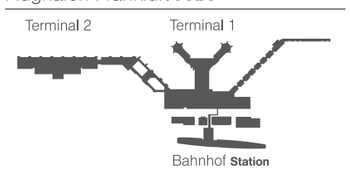
Ebene 1 Ankunft | Bus | Taxi
Level 1 **Arrival | Bus | Taxi**

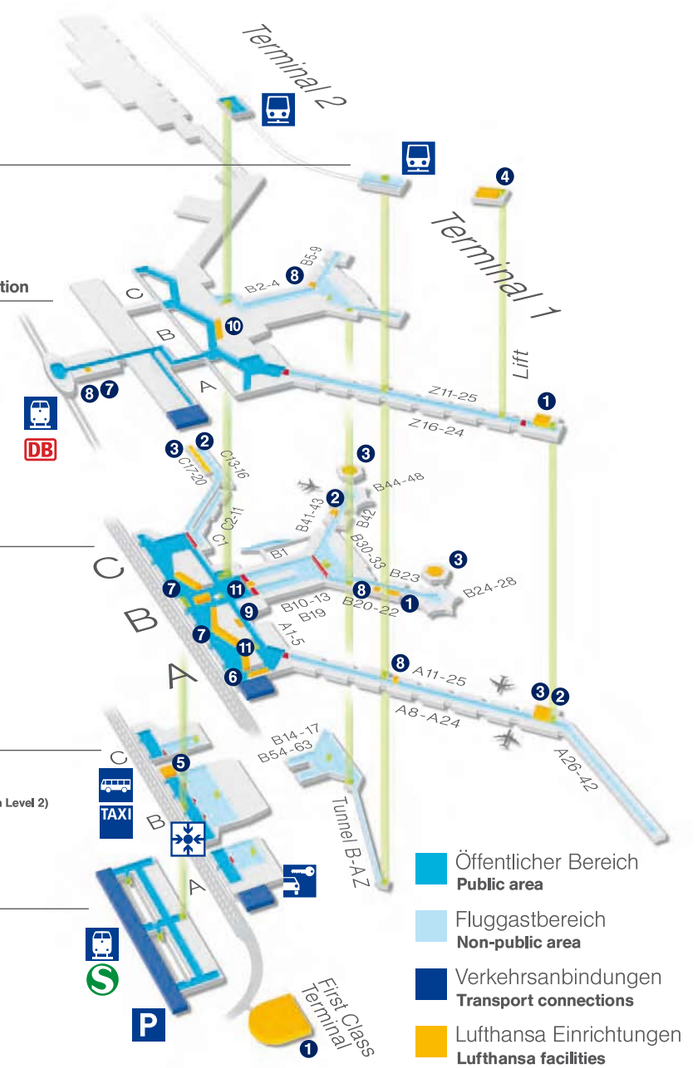
Gepäckausgabe
Baggage claim
Gates B 14-17; B 54-63 (via Ebene 2 **via Level 2**)

Ebene 0 Regionalbahnhof
Level 0 **Local train station**

Parkhaus
Parking
Einkauf
Shopping

Flughafen Frankfurt **FRA**

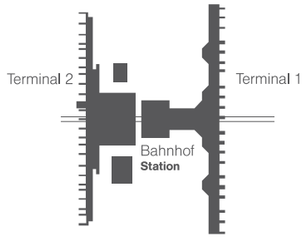




1 First Class Lounge
2 Senator Lounge
3 Business Lounge
4 Tower Lounge
5 Welcome Lounge
6 Priority Check-in
7 Check-in
8 Lufthansa Service Center
9 Betreuungsdienst / Special Services
10 Lufthansa Tickets
11 Lufthansa WorldShop

MUC

Flughafen München **MUC**



Ebene 5 Abflug
Level 5 **Departure**

Gates H 1-48
Einkauf
Shopping

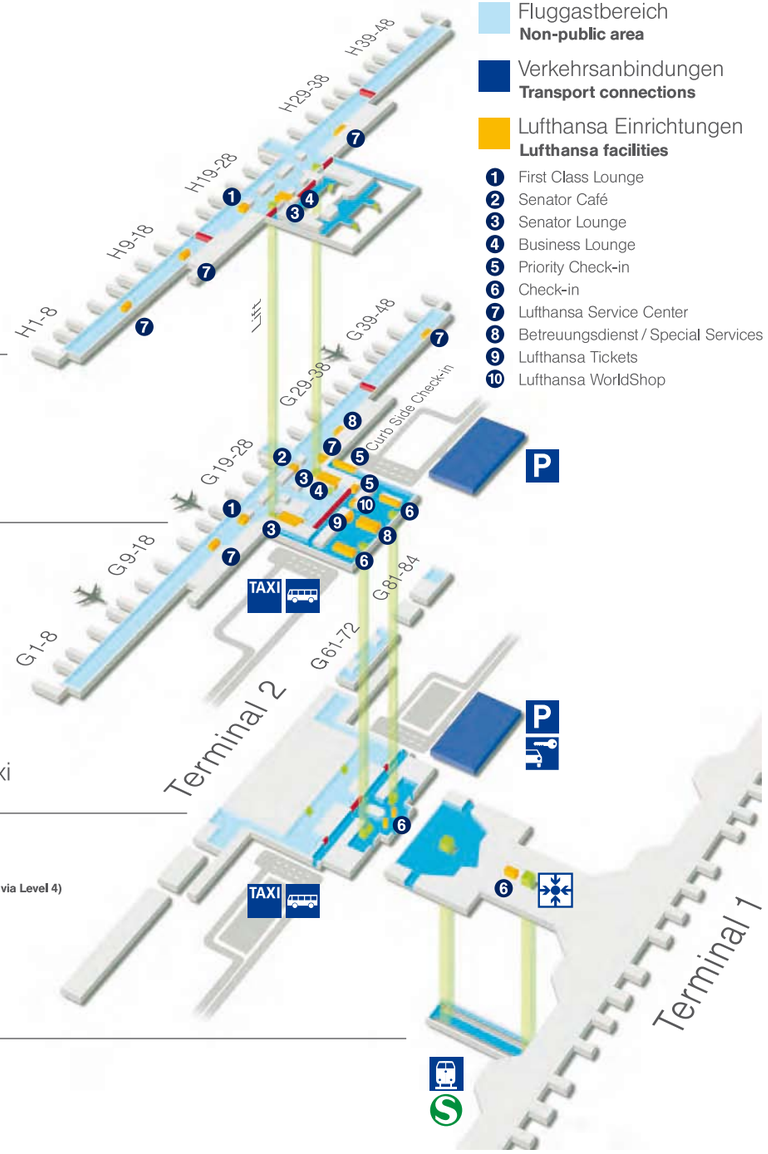
Ebene 4 Check-in | Abflug
Level 4 **Check-in | Departure**

Check-in
Gates G 1-48
Parkhaus
Parking
Einkauf
Shopping

Ebene 3 Ankunft | Bus | Taxi
Level 3 **Arrival | Bus | Taxi**

Check-in
Übergang zu Terminal 1
Transit to Terminal 1
Gates G 61-83 (via Ebene 4 **via Level 4)**
Gepäckausgabe
Baggage claim

Ebene 2 Bahnhof
Level 2 **Train station**

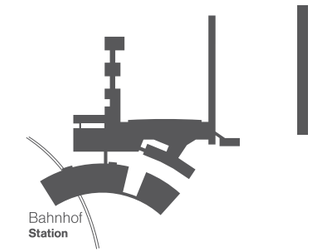


- Öffentlicher Bereich **Public area**
- Fluggastbereich **Non-public area**
- Verkehrsanbindungen **Transport connections**
- Lufthansa Einrichtungen **Lufthansa facilities**

1. First Class Lounge
2. Senator Café
3. Senator Lounge
4. Business Lounge
5. Priority Check-in
6. Check-in
7. Lufthansa Service Center
8. Betreuungsdienst / Special Services
9. Lufthansa Tickets
10. Lufthansa WorldShop

ZRH

Flughafen Zürich **ZRH**



Ebene 2 Check-in 2
Level 2 **Check-in 2**

Einkauf
Shopping

Ebene 1 Check-in 1 | Abflug
Level 1 **Check-in 1 | Departure**

Gates A60-89
Parkhaus
Parking
Einkauf
Shopping

Ebene 0 Ankunft | Bus | Taxi
Level 0 **Arrival | Bus | Taxi**

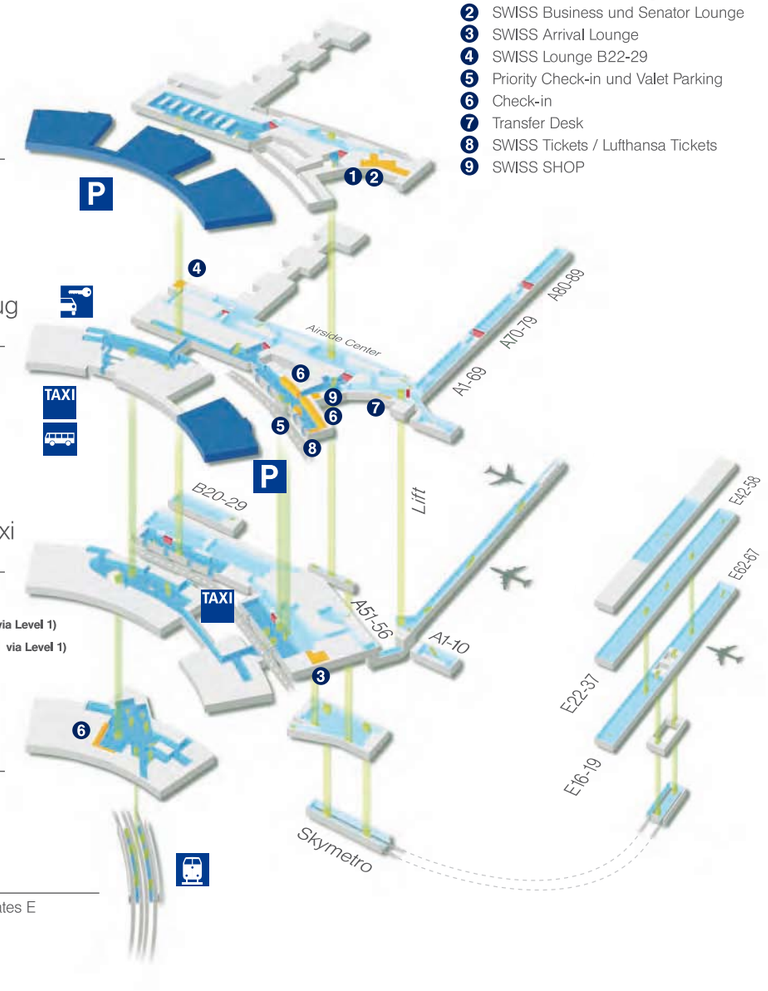
Gepäckausgabe
Baggage claim
Gates A1-56 (via Ebene 1 **via Level 1)**
Gates B20-29 (via Ebene 1 **via Level 1)**
Einkauf
Shopping

Ebene -1 Check-in 3
Level -1 **Check-in 3**

Einkauf
Shopping

Ebene -2 Bahnhof
Level -2 **Train Station**

Skymetro: Übergang zu Gates E
Skymetro: Transit to Gates E



- Öffentlicher Bereich **Public area**
- Fluggastbereich **Non-public area**
- Verkehrsanbindungen **Transport connections**
- Lufthansa / SWISS Einrichtungen **Lufthansa / SWISS facilities**

1. SWISS First Class Lounge
2. SWISS Business und Senator Lounge
3. SWISS Arrival Lounge
4. SWISS Lounge B22-29
5. Priority Check-in und Valet Parking
6. Check-in
7. Transfer Desk
8. SWISS Tickets / Lufthansa Tickets
9. SWISS SHOP

Einreiseführer

Passagiere, die unter dem Visa Waiver Programm visumfrei in die USA einreisen, müssen sich vor Reiseantritt online über das Electronic System for Travel Authorization (ESTA) registrieren. Da die Genehmigung bis zu 72 Stunden dauern kann, sollte die Registrierung so früh wie möglich erfolgen. **Nicht visumpflichtige Passagiere (Visa Waiver) können nur dann ohne Visum einreisen, wenn sie im Besitz eines maschinenlesbaren Passes sind. Dies gilt auch für Kinder und Babys.** Das weiße Formular I-94 ist für Reisende mit Visum. Auf dem weißen Formular müssen bei der Einreise auch die Angaben zur Ausreise gemacht werden. Wichtig: Die Angabe einer vollständigen Adresse in den USA einschließlich Bundesstaat und Zip-Code ist unbedingt erforderlich, bei Rundreisen genügt die Hoteladresse der ersten Übernachtung. Bitte geben Sie dieselbe Adresse an, die Sie beim Check-in genannt haben. Transitreisende müssen in Feld 14 „transit to“ eintragen und in Feld 15 das Land, in das sie weiterreisen. Die Zollerklärung müssen alle Passagiere ausfüllen.

Filling out the forms

Passengers entering the United States without a visa under the Visa Waiver program are required to register online with the Electronic System for Travel Authorization (ESTA) prior to departure. Authorization may take up to 72 hours so make sure to register as early as possible. **Travelers entering the United States without a visa must hold a machine-readable passport. This applies to children and infants also.** Passengers entering the United States in possession of a visa must enter details of entry into and departure from the U.S. on the white I-94 form. NB: A detailed U.S. address including state and zip code is required. If you are traveling around to different places in the U.S., it is sufficient to give the address of your first hotel. Please use the same address that you gave when you checked in for your flight. Transit passengers should write “transit to” in space 14 and then put the name of the country in space 15. All passengers must complete the customs declaration form.

DEPARTMENT OF HOMELAND SECURITY
U.S. Customs and Border Protection
OMB No. 1651-0111

Welcome to the United States
I-94 Arrival/Departure Record
Instructions

This form must be completed by all persons except U.S. Citizens, returning resident aliens, aliens with immigrant visas, and Canadian Citizens visiting or in transit.

Type or print legibly with pen in ALL CAPITAL LETTERS. Use English. Do not write on the back of this form.

This form is in two parts. Please complete both the Arrival Record (Items 1 through 17) and the Departure Record (Items 18 through 21).

When all items are completed, present this form to the CBP Officer.

Item 9 - if you are entering the United States by land, enter LAND in this space. If you are entering the United States by ship, enter SEA in this space.

Arrival Record

801857403 21

MUSTERFRAU
MARIA
01 07 63
GERMANY
FEMALE
01 03 07
07 03 17
1234567890
LH 4500
GERMANY
GERMANY
FRANKFURT
01 09 09
3333 W. HARBOR DRIVE
SAN DIEGO, CA 92101
6911234567890
MARIA MUSTERFRAU

DEPARTMENT OF HOMELAND SECURITY
U.S. Customs and Border Protection
OMB No. 1651-0111

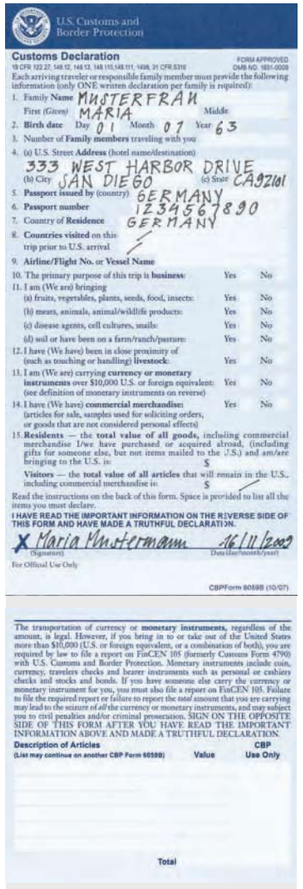
Departure Record

801857403 21

MUSTERFRAU
MARIA
01 07 63
GERMANY

See Other Side

STAPLE HERE


U.S. Customs and Border Protection

Customs Declaration

FORM APPROVED
OMB NO. 1651-0009

Each arriving traveler or responsible family member must provide the following information (only ONE written declaration per family is required):

1. Family Name MUSTERFRAU
First (Given) MARIA Middle
2. Birth date Day 01 Month 07 Year 63
3. Number of Family members traveling with you
4. (a) U.S. Street Address (hotel name/destination) 3333 WEST HARBOR DRIVE
(b) City SAN DIEGO (c) State CA92101
5. Passport issued by (country) GERMANY
6. Passport number 1234567890
7. Country of Residence GERMANY
8. Countries visited on this trip prior to U.S. arrival
9. Airline/Flight No. or Vessel Name
10. The primary purpose of this trip is business: Yes No
11. I am (We are) bringing
(a) fruits, vegetables, plants, seeds, food, insects: Yes No
(b) meats, animals, animal/wildlife products: Yes No
(c) disease agents, cell cultures, snails: Yes No
(d) soil or have been on a farm/ranch/pasture: Yes No
12. I have (We have) been in close proximity of (such as touching or handling) livestock: Yes No
13. I am (We are) carrying currency or monetary instruments over $10,000 U.S. or foreign equivalent: Yes No
(see definition of monetary instruments on reverse)
14. I have (We have) commercial merchandise: Yes No
(articles for sale, samples used for soliciting orders, or goods that are not considered personal effects)
15. Residents — the total value of all goods, including commercial merchandise I/we have purchased or acquired abroad, (including gifts for someone else, but not items mailed to the U.S.) and am/are bringing to the U.S. is: $
Visitors — the total value of all articles that will remain in the U.S., including commercial merchandise is: $

Read the instructions on the back of this form. Space is provided to list all the items you must declare.

I HAVE READ THE IMPORTANT INFORMATION ON THE REVERSE SIDE OF THIS FORM AND HAVE MADE A TRUTHFUL DECLARATION.

X Maria Mustermann 16/11/2009
(Signature) Date (day/month/year)

For Official Use Only

CBPForm 6059B (10/07)

The transportation of currency or monetary instruments, regardless of the amount, is legal. However, if you bring in to or take out of the United States more than $10,000 (U.S. or foreign equivalent, or a combination of both), you are required by law to file a report on FinCEN 105 (formerly Customs Form 4790) with U.S. Customs and Border Protection. Monetary instruments include coin, currency, travelers checks and bearer instruments such as personal or cashiers checks and stocks and bonds. If you have someone else carry the currency or monetary instrument for you, you must also file a report on FinCEN 105. Failure to file the required report or failure to report the total amount that you are carrying may lead to the seizure of all the currency or monetary instruments, and may subject you to civil penalties and/or criminal prosecution. SIGN ON THE OPPOSITE SIDE OF THIS FORM AFTER YOU HAVE READ THE IMPORTANT INFORMATION ABOVE AND MADE A TRUTHFUL DECLARATION.

Description of Articles (List may continue on another CBP Form 6059B) | Value | CBP Use Only

Total

US-Bundesstaaten
U.S. states and their abbreviations

Alabama (AL)
Alaska (AK)
Arizona (AZ)
Arkansas (AR)
California (CA)
Colorado (CO)
Connecticut (CT)
Delaware (DE)
District of Columbia (DC)
Florida (FL)
Georgia (GA)
Hawaii (HI)
Idaho (ID)
Illinois (IL)
Indiana (IN)
Iowa (IA)
Kansas (KS)
Kentucky (KY)
Louisiana (LA)
Maine (ME)
Maryland (MD)
Massachusetts (MA)
Michigan (MI)
Minnesota (MN)
Montana (MT)
Mississippi (MS)
Missouri (MO)
Nebraska (NE)
Nevada (NV)
New Hampshire (NH)
New Jersey (NJ)
New Mexico (NM)
New York (NY)
North Carolina (NC)
North Dakota (ND)
Ohio (OH)
Oklahoma (OK)
Oregon (OR)
Pennsylvania (PA)
Rhode Island (RI)
South Carolina (SC)
South Dakota (SD)
Tennessee (TN)
Texas (TX)
Utah (UT)
Vermont (VT)
Virginia (VA)
Washington (WA)
West Virginia (WV)
Wisconsin (WI)
Wyoming (WY)

Für Passagiere mit Visum:
Die amerikanischen Behörden fordern, dass schon bei der Einreise auch die Angaben zur Ausreise gemacht werden
For passengers with a visa:
U.S. authorities require both entry and departure details when you enter the United States

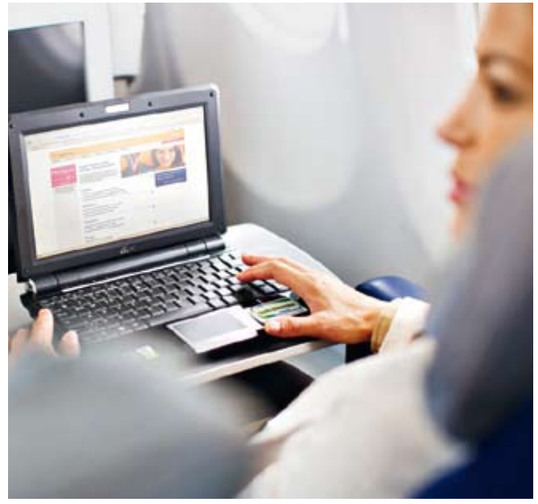
Für alle Passagiere:
Auf der Vorderseite der Zollerklärung müssen Angaben zur Person gemacht, Fragen beantwortet und mit der Unterschrift bestätigt werden. Auf der Rückseite müssen zollpflichtige Waren deklariert werden
For all passengers:
On the front of the customs form, please enter your personal particulars, answer all questions and sign. If you are carrying any dutiable goods, these must be declared on the reverse

Lufthansa

FlyNet® – schneller, besser, smarter

Mit FlyNet® bietet Lufthansa ihren Fluggästen auf ausgewählten Langstreckenflügen einen interkontinentalen Breitband-Internetzugang an Bord und übernimmt damit wieder ihre Führungsrolle in Sachen Inflight Connectivity. Gemeinsam mit dem Partner Panasonic Avionics Corporation wird Lufthansa sukzessive die gesamte Langstreckenflotte mit dem Service ausstatten. Bereits im ersten Jahr nach Einführung soll das Angebot in einem Großteil der Langstreckenflugzeuge verfügbar sein

FlyNet® – faster, better, smarter Lufthansa is taking in-flight connectivity to new heights by introducing FlyNet®, the intercontinental broadband Internet service available to passengers on selected long-haul flights. In partnership with the Panasonic Avionics Corporation, Lufthansa will be successively installing FlyNet® on every aircraft in its long-haul fleet, and aims to complete installation on most long-haul aircraft within a year of rolling out the new service



Mit Einführung wird FlyNet® zunächst auf Nordamerikastrecken bereitstehen und danach schrittweise auf das weltweite Langstreckennetz ausgedehnt. Der Service besteht aus dem exklusiven, kostenlosen Lufthansa FlyNet® Portal, in dem stets aktualisierte Nachrichten aus Politik, Wirtschaft, Gesellschaft und Sport zur Verfügung stehen, sowie dem kostenpflichtigen Zugang zum Internet. Als Service-Provider stellt die Deutsche Telekom mit „HotSpot“ einen kabellosen Internetzugang bereit.
Für die Nutzung von FlyNet® wird lediglich ein WLAN-fähiges Gerät, zum Beispiel ein Laptop oder ein Smartphone, benötigt. Die notwendigen Einstellungen entsprechen denen an einem öffentlichen Hotspot. Demnächst wird FlyNet® zudem um das GSM-Mobilfunkangebot erweitert, mit dem SMS, MMS oder E-Mails vom Mobiltelefon oder Smartphone versendet und empfangen werden können. Auf Wunsch der Mehrzahl der Fluggäste ist die Nutzung von Internet Telefonie an Bord nicht gestattet. Das Telefonieren mit dem Mobiltelefon wird technisch unterbunden.

The FlyNet® service will be available first on North American routes and then gradually extended to cover Lufthansa’s worldwide long-distance network. It will consist of an exclusive Lufthansa FlyNet® portal featuring the latest news on politics, economics, society and sports plus broadband Internet access, provided by Deutsche Telekom’s wireless-LAN service “HotSpot” that will be available to passengers for a fee. A Wi-Fi-capable device like a laptop or a smartphone is all passengers need to use FlyNet® and setting it up will be no different from doing so in a public hotspot on the ground.
The FlyNet® list of features will soon also include GSM technology, to offer passengers mobile services, such as sending and receiving SMS text and MMS picture messages and e-mails via cell phone and smartphone. In response to the wishes of a majority of passengers, Internet telephony will not be allowed on board. Telephone calls to or from a mobile phone will be technically blocked.

Verfügbarkeit von FlyNet®

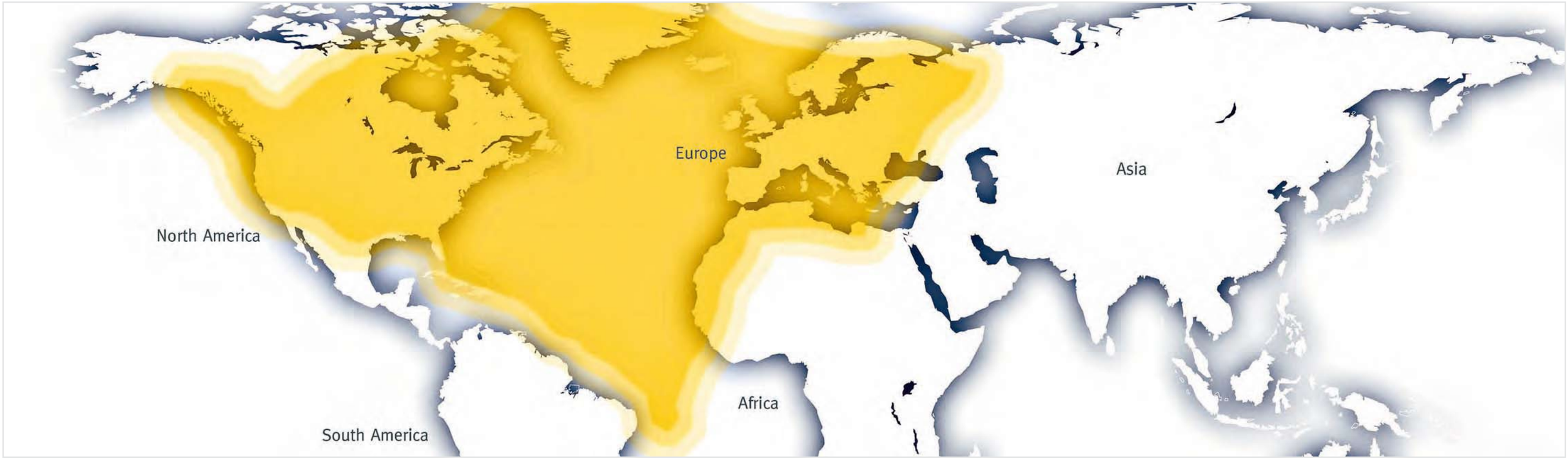
Übersicht zur aktuellen Satellitenabdeckung

Mit der heutigen Satellitenabdeckung steht Ihnen auf Nordatlantikstrecken der Internetzugang in der Regel während des gesamten Fluges auf Reiseflughöhe zur Verfügung. Voraussetzung dafür ist, dass das Flugzeug mit dem neuen FlyNet® System ausgestattet ist. Einen Hinweis, ob und wie lange der Internetzugang auf Ihrem Flug genutzt werden kann, finden Sie im kostenlosen Lufthansa FlyNet® Portal, das Ihnen unabhängig von einer Internetverbindung während der gesamten Reiseflugzeit zur Verfügung steht. In der Flugzeugkabine weist Sie das rechts abgebildete Hotspot-Logo auf die Ausstattung des Flugzeugs mit FlyNet® hin.

FlyNet® availability

Overview of current satellite coverage

The satellite coverage available today generally allows Lufthansa passengers on North Atlantic routes to stay connected at cruising altitude for the duration of the flight, provided, of course, that the aircraft operating on this route is equipped with the new FlyNet® service. Check the free Lufthansa FlyNet® portal, which you can access throughout the flight without going online, to see whether and for how long Internet access is available on your flight. A Hotspot logo in the aircraft cabin (pictured right) will also indicate the availability of FlyNet®.



Der Internetzugang

Accessing the Internet

Nach Öffnen des Browsers gelangen Sie auf das Lufthansa FlyNet® Portal. Ein Klick auf „Internetzugang“ führt Sie zum Servicebereich der Deutschen Telekom. Hier finden Sie alle wesentlichen Informationen zur Nutzung, zu Preisen, Zahlungsmöglichkeiten, und die Kontaktadressen der Deutschen Telekom, an die Sie sich bei Rückfragen zur Abrechnung wenden können. Durch einen Klick auf den „Back to FlyNet®“-Button auf der Telekomseite oder die Eingabe der Internet-Adresse www.lufthansa-flynet.com gelangen Sie zurück zum Lufthansa FlyNet® Portal. Für die Nutzung des Internetzugangs bietet Ihnen die Deutsche Telekom unter der Bezeichnung „HotSpot Pass Sky“ zwei individuelle Tarife an. Diese können über eine gesicherte Verbindung mit allen gängigen Kreditkarten bezahlt oder von Miles & More Teilnehmern durch das Einlösen von Miles & More Prämienmeilen erworben werden. Die angebotenen Tarife orientieren sich an dem sogenannten Parkuhrsystem und sind für eine Stunde beziehungsweise die gesamte Reisedauer (maximal 24 Stunden) gültig. Der HotSpot Pass Sky (24 Stunden) kann innerhalb des Gültigkeitszeitraums in allen mit „Hotspot“ ausgestatteten Lufthansa Flugzeugen und in allen Lufthansa Lounges genutzt werden.

Als Kunde der Deutschen Telekom oder eines angeschlossenen Roaming-Partners können Sie sich einfach und bequem mit Ihren Zugangsdaten einloggen, die Sie bitte vor Reiseantritt anfordern. Die Internetnutzung wird dann gemäß des Auslandstarifs Ihres Service-Providers abgerechnet.

Verfügt Ihr Unternehmen über ein Virtual Private Network (VPN), können Sie sich mit Ihrem Software-Client nach Aufbau der Internet-Verbindung ebenfalls einloggen. Dies ermöglicht Ihnen den Zugriff auf die Daten Ihres Unternehmens und Ihren firmeneigenen E-Mail-Account. Obwohl die FlyNet® Technologie dem neuesten Stand der Datensicherheit an öffentlichen Hotspots entspricht, empfehlen wir dennoch grundsätzlich den Einsatz von Firewall- und Antiviren-Software.

Opening your browser will take you straight to the Lufthansa FlyNet® portal. Click “Internet access” and you will find yourself on the Deutsche Telekom service page, where you will find everything you need to know about subscribing, prices, payment options and how to contact Deutsche Telekom if you have any questions about billing.

When you’ve finished, simply click the “Back to FlyNet®” button or type www.lufthansa-flynet.com into your browser’s address bar to return to the Lufthansa FlyNet® portal. Deutsche Telekom offers two different “HotSpot Pass Sky” Internet rates. Payments can be made via a secure connection using any major credit card. Miles & More members can also pay with Miles & More bonus miles. HotSpot Pass Sky rates are based on what’s called the “parking-meter system” and can be paid by the hour or for the duration of the journey (24-hour maximum). The 24-hour rate can also be used within a 24-hour time period in all Lufthansa aircraft offering Wi-Fi and bearing the Hotspot logo and in all Lufthansa lounges.

As a customer of either Deutsche Telekom or an affiliated roaming partner, you can log in quickly and easily provided you have requested and received the necessary access information before your flight. You will be billed for Internet use according to your service provider’s international rates.

Passengers who need to access their company’s virtual private network (VPN) to check company data or their company e-mail account can do so by logging on to it via their software client once the Internet connection has been established. FlyNet® technology reflects the latest data security standards for public Wi-Fi hotspots, but we still always recommend the use of firewalls and antivirus software.

In drei Schritten online

Da für die Nutzung von FlyNet® dieselben Einstellungen wie an einem öffentlichen Hotspot gelten, sollte sich Ihr Gerät nach Aktivierung des WLAN Adapters und Öffnen des Browsers automatisch mit dem FlyNet® Serviceangebot verbinden. Sollte dies einmal nicht der Fall sein, so überprüfen Sie bitte die Einstellungen Ihres Geräts:

Erster Schritt:
Mit dem Netzwerk verbinden.

1. Überprüfen Sie, dass die WLAN-Funktionalität Ihres Endgerätes eingeschaltet ist.
2. Lassen Sie sich über „Netzwerkverbindungen“ alle verfügbaren Drahtlosnetzwerke anzeigen und stellen Sie eine Verbindung mit **„Telekom_FlyNet“** her.

Zweiter Schritt:
Browser-Einstellungen

Öffnen Sie Ihren Internet-Browser. Stellen Sie bitte unter „Internetoptionen“, „Verbindungseinstellungen“ sicher, dass für Ihren Browser die automatische Konfiguration und eventuelle Proxyserver nicht aktiviert sind.

Dritter Schritt:
WLAN-Einstellungen

An Ihrem Endgerät muss das Beziehen einer dynamischen IP-Adresse aktiviert sein. Dazu sind folgende Einstellungen notwendig:

- **Kanalwahl = automatisch**
- **SSID (Name des Netzwerks) = Telekom_FlyNet**
- **DHCP (IP-Adresse automatisch beziehen) = aktiviert**
- **Verschlüsselung = deaktiviert**

Bei geschützten Konfigurationen von Firmen-Laptops setzen Sie sich bitte vor der Reise mit der IT-Hotline Ihres Unternehmens in Verbindung. Eventuell muss in Ihren Verbindungseinstellungen die URL des Hotspot-Portals eingegeben werden.
Diese lautet: **https://hotspot.t-mobile.net**

Going online in just three steps FlyNet® requires the same settings as those required for connecting to a public Wi-Fi hotspot, so after activating your wireless network adapter and opening your browser, your device should automatically connect to the FlyNet® services. If if doesn’t, please check the settings on your device as described below:

Step one:
Connecting to the network

1. Check to see that the wireless network function of your device is switched on.
2. Click “Network Connections” for an overview of all the available wireless networks and connect to **“Telekom_FlyNet.”**

Step two:
Browser settings

Open your Internet browser. Click “Internet Options” and check “Connection Settings” to make sure that automatic configuration and any proxy servers are disabled.

Step three:
Wireless network settings

Your device must be configured to request a dynamic IP address. The settings are as follows:

- **Channel selection = automatic**
- **SSID (network name) = Telekom_FlyNet**
- **DHCP (autoconfiguration protocol) = enabled**
- **Encryption = disabled**

If your company laptop has a security configuration you will need to contact your IT department before you leave home. You may be required to enter the following HotSpot portal URL: **https://hotspot.t-mobile.net** in your connection settings.

Weitere wichtige Informationen finden Sie auf dem Service Portal der Deutschen Telekom unter www.hotspot.de. Ansonsten steht Ihnen auch der Kundenservice der Deutschen Telekom unter folgender Rufnummer: +49 1803 502 000 (Mobilfunk: 502 000) oder per Mail an kundenservice@telekom.de zur Verfügung.
Further details (in German) are available from Deutsche Telekom at www.hotspot.de

LET THE FIRE SEDUCE YOU

www.atmosfire-magazine.com

The free customer magazine from

SCHOTT ROBAX® attika BRUNNER Heizfi profi NORDIC Extraflame LEDA RIKA nuego SPARTHERM

yslparfums.com

L'HOMME LIBRE

YVES SAINT LAURENT

THE NEW MEN'S FRAGRANCE